Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Костина Лариса Николаевна
Должность: проректор
Дата подписания: 03.06.2025 04:53:14
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 проведения 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, уровням сложности и времени выполнения	25
5.	Сценарии выполнения тестовых заданий	58
6.	Тестовые задания	59
7.	Система оценивания тестовых заданий	312
8.	Дополнительные материалы и оборудование для выполнения тестовых заданий	396
9.	Ключи к оцениванию	399

1 Назначение комплекта оценочных материалов

Данный комплект оценочных материалов предназначен для УГСН 5.38.00.00 Экономика и управление, направление подготовки 38.03.02 Менеджмент (профиль «Маркетинг»), очной формы обучения, основной профессиональной образовательной программы бакалавриата 2022 года набора.

2.Общее количество тестовых заданий

Код компетенции	Наименование компетенций	Количество заданий
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	47
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	26
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	20
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	25
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	20
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	20
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	20
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	20
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	20
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	20
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	20
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	20
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих	20

	задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	20
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	20
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	20
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	20
ПК-1	Способен организовать и участвовать в проведении маркетинговых исследований	20
ПК-2	Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию	20
ПК-3	Способен организовывать работу по продвижению в сети «Интернет»	20
ПК-4	Способен организовать и проводить оперативный анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства	24
ПК-5	Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации	20
ПК-6	Способность проведения количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	20
ПК-7	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	20
ПК-8	Владеть методами и программными средствами обработки информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы	20
ПК-9	Владеет маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет-маркетинге	21
Всего		563

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 поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1. - Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие; осуществляет декомпозицию задачи	Теория организации	3	1
			Математика	1, 2	2
			Бизнес-планирование	7	3
			Стратегический маркетинг	7	4
			Стратегический менеджмент	7	5
			Методы принятия управленческих решений	6	6
			Социально-экономическая статистика	3	7
			Контроллинг маркетинговых систем	7	8
			Введение в профессию	1	9
			Основы научных исследований	1	10
			Учебная (ознакомительная) практика	1	11
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	12
		УК-1.2. - Определяет, интерпретирует и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи	Общий менеджмент	2	13
			Стратегический маркетинг	7	14
			Стратегический менеджмент	7	15
			Социально-экономическая статистика	3	16
			Контроллинг маркетинговых систем	7	17
			Введение в профессию	1	18
			Основы научных исследований	1	19
			Учебная (ознакомительная) практика	1	20
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	21
		УК-1.3. - Осуществляет поиск информации для решения, поставленной задачи по различным типам запросов	Математика	1, 2	22
			Стратегический маркетинг	7	23
			Стратегический менеджмент	7	24
			Методы принятия управленческих решений	6	25
			Социально-экономическая статистика	3	26

			Контроллинг маркетинговых систем	7	27
			Введение в профессию	1	28
			Учебная (ознакомительная) практика	1	29
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	30
		УК-1.4. - При обработке информации отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок, формирует собственные мнения и суждения, аргументирует свои выводы и точку зрения	Общий менеджмент	2	31
			Методы принятия управленческих решений	6	32
			Социально-экономическая статистика	3	33
			Контроллинг маркетинговых систем	7	34
			Введение в профессию	1	35
			Учебная (ознакомительная) практика	1	36
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	37
		УК-1.5. - Рассматривает и предлагает возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки	Общий менеджмент	2	38
			Математика	1, 2	39
			Бизнес-планирование	7	40
			Стратегический менеджмент	7	41
			Методы принятия управленческих решений	6	42
			Социально-экономическая статистика	3	43
			Контроллинг маркетинговых систем	7	44
			Введение в профессию	1	45
			Учебная (ознакомительная) практика	1	46
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	47
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. - Определяет круг задач в рамках поставленной цели, определяет связи между ними	Общий менеджмент	2	48
			Теория организации	3	49
			Маркетинг	4	50
			Организационное поведение	4	51
			Управление проектами	6	52
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	53

			Методика написание выпускной квалификационной работы (факультативная дисциплина)	7	54
		УК-2.2. - Предлагает способы решения поставленных задач и ожидаемые результаты; оценивает предложенные способы с точи зрения соответствия цели проекта	Бизнес-планирование	7	55
			Стратегический менеджмент	7	56
			Методы принятия управленческих решений	6	57
			Управление проектами	6	58
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	59
			Методика написание выпускной квалификационной работы (факультативная дисциплина)	7	60
		УК-2.3. - Планирует реализацию задач в зоне своей ответственности с учетом имеющихся ресурсов и ограничений, действующих правовых норм	Бизнес-планирование	7	61
			Основы правового регулирования управленческой деятельности	3	62
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	63
			Методика написание выпускной квалификационной работы (факультативная дисциплина)	7	64
		УК-2.4. - Выполняет задачи в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректирует способы решения задач	Общий менеджмент	2	65
			Стратегический менеджмент	7	66
			Организационное поведение	4	67
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	68
			Методика написание выпускной квалификационной работы (факультативная дисциплина)	7	69
		УК-2.5. - Представляет результаты проекта, предлагает возможности их использования и/или совершенствования	Бизнес-планирование	7	70
			Управление проектами	6	71
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	72

			Методика написание выпускной квалификационной работы (факультативная дисциплина)	7	73
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1. - Определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели	Общий менеджмент	2	74
			Управление человеческими ресурсами	5	75
			Управленческая социология	3	76
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	77
		УК-3.2. - При реализации своей роли в социальном взаимодействии и командной работе учитывает особенности поведения и интересы других участников	Управление человеческими ресурсами	5	78-79
			Организационное поведение	4	80
			Управленческая социология	3	81
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	82
		УК-3.3. - Анализирует возможные последствия личных действий в социальном взаимодействии и командной работе, строит продуктивное взаимодействие с учетом этого	Управление человеческими ресурсами	5	83
			Управленческая социология	3	84-85
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	86
		УК-3.4. - Осуществляет обмен информацией, знаниями и опытом с членами команды; оценивает идеи других членов команды для достижения поставленных целей	Организационное поведение	4	87-88
			Управленческая социология	3	89
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	90
		УК-3.5. - Соблюдает нормы и установленные правила командной работы; несет личную ответственность за результат	Общий менеджмент	2	91
			Организационное поведение	4	92
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	93
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке	УК-4.1. - Выбирает на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативно приемлемые стиль делового общения, вербальные и	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4	94
			Культура речи и деловое общение	2	95
			Английский язык для бизнеса	5,6	96
			Английский язык в профессиональной сфере (факультативная дисциплина)	3,4,5	97

	Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	невербальные средства взаимодействия с партнерами	Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	98
		УК-4.2. - Использует информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4	99
			Культура речи и деловое общение	2	100
			Английский язык для бизнеса	5,6	101
			Английский язык в профессиональной сфере (факультативная дисциплина)	3,4,5	102
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	103
		УК-4.3. - Ведет деловую переписку, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем, социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4	104
			Культура речи и деловое общение	2	105
			Английский язык для бизнеса	5,6	106
			Английский язык в профессиональной сфере (факультативная дисциплина)	3,4,5	107
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	108
		УК-4.4. - Выполняет для личных целей перевод официальных и профессиональных текстов с иностранного (-ых) языка (-ов) на русский, с русского на иностранный (-е)	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4	109
			Культура речи и деловое общение	2	110
			Английский язык для бизнеса	5,6	111
			Английский язык в профессиональной сфере (факультативная дисциплина)	3,4,5	112
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	113
		УК-4.5. – Публично выступает на русском языке, строит свое выступление с учетом аудитории и цели общения; устно представляет результаты своей деятельности на иностранном (-ых) языке (-ах), может поддержать разговор в ходе их обсуждений	Иностранный язык (английский)	1,2,3,4	114
			Культура речи и деловое общение	2	115
			Английский язык для бизнеса	5,6	116
			Английский язык в профессиональной сфере (факультативная дисциплина)	3,4,5	117
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	118

УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	УК-5.1. - Демонстрирует уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира (в зависимости от среды и задач образования), включая мировые религии, философские и этические учения	История (история России, всеобщая история)	1,2	119-121
			Поведение потребителей	5	122
		УК-5.2. - Учитывает при социальном и профессиональном общении историческое наследие и социокультурные традиции различных социальных групп, этносов и конфессий, включая мировые религии, философские и этические учения	История (история России, всеобщая история)	1,2	123-124
			Философия	3	125-127
			Управленческая социология	3	128-129
			Поведение потребителей	5	130-131
		УК-5.3. - Придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	Философия	3	132-133
			Управление человеческими ресурсами	5	134-136
			Поведение потребителей	5	137-138
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	УК-6.1. - Применяет знание о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы	Самоменеджмент	2	139
			Учебная (ознакомительная) практика	1	140
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	141
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	142
		УК-6.2. - Понимает важность планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	Самоменеджмент	2	143
			Учебная (ознакомительная) практика	1	144
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	145
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	146

		УК-6.3. - Определяет приоритеты собственной деятельности, личного развития и профессионального роста	Самоменеджмент	2	147
			Учебная (ознакомительная) практика	1	148
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	149
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	150
		УК-6.4. - Оценивает требования рынка труда и предложения образовательных услуг для выстраивания траектории собственного профессионального роста	Самоменеджмент	2	151
			Учебная (ознакомительная) практика	1	152
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	153
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	154
		УК-6.5. - Строит профессиональную карьеру и определяет стратегию профессионального развития	Самоменеджмент	2	155
			Учебная (ознакомительная) практика	1	156
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	157
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	158
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	УК-7.1. – Выбирает здоровьесберегающие технологии для поддержания здорового образа жизни с учетом физиологических особенностей организма и условий реализации профессиональной деятельности	Самоменеджмент	2	159-160
			Физическая культура и спорт	1	161-162
			Элективные курсы по физической культуре и спорту	1,2,3,4,5,6	163-164
		УК-7.2. – Планирует свое рабочее и свободное время для оптимального сочетания физической и умственной нагрузки и обеспечения работоспособности	Самоменеджмент	2	165-166
			Физическая культура и спорт	1	167-168
			Элективные курсы по физической культуре и спорту	1,2,3,4,5,6	169
		УК-7.3. - Соблюдает и пропагандирует нормы здорового образа жизни в различных жизненных ситуациях и в профессиональной деятельности	Физическая культура и спорт	1	170-171
			Элективные курсы по физической культуре и спорту	1,2,3,4,5,6	172-173

		УК-7.4. - Владеет средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования	Физическая культура и спорт	1	174-175
			Элективные курсы по физической культуре и спорту	1,2,3,4,5,6	176-178
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	УК-8.1. - Анализирует факторы вредного влияния элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений	Безопасность жизнедеятельности	1	179-182
		УК-8.2. - Идентифицирует опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности	Безопасность жизнедеятельности	1	183-186
		УК-8.3. - Выявляет проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятиях по предотвращению чрезвычайных ситуаций	Безопасность жизнедеятельности	1	187-190
		УК-8.4. - Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях	Безопасность жизнедеятельности	1	191-194
		УК-8.5. - Обеспечивает безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте	Безопасность жизнедеятельности	1	195-198
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в социальной и профессиональной сферах	УК-9.1. - Обладает представлениями о принципах недискриминационного взаимодействия при коммуникации в различных сферах жизнедеятельности, с учетом социально-психологических особенностей лиц с ограниченными возможностями здоровья	Управление человеческими ресурсами	5	199-200
			Социальная адаптация	8	201-202
			Социальная защита инвалидов и лиц с ограниченными возможностями (факультативная дисциплина)	2	203-204
			Управление человеческими ресурсами	5	205-206

		УК-9.2. - Планирует и осуществляет профессиональную деятельность с лицами. имеющими инвалидность или ограниченные возможности здоровья	Социальная адаптация	8	207-208
			Социальная защита инвалидов и лиц с ограниченными возможностями (факультативная дисциплина)	2	209-211
		УК 9.3. - Взаимодействует с лицами. имеющими ограниченные возможности здоровья или инвалидность в социальной и профессиональной сферах	Управление человеческими ресурсами	5	212-213
			Социальная адаптация	8	214-216
			Социальная защита инвалидов и лиц с ограниченными возможностями (факультативная дисциплина)	2	217-218
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-10.1. - Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели формы участия государства в экономике	Микроэкономика	2	219-220
			Макроэкономика	1	221-222
			Основы финансового менеджмента	7	223
			Основы правового регулирования управленческой деятельности	3	224
			Социально-экономическая статистика	3	225
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	226
		УК-10.2. - Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски	Микроэкономика	2	227-228
			Учет и анализ	6	229
			Основы финансового менеджмента	7	230
			Социально-экономическая статистика	3	231
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	232
		УК 10.3. - Использует финансовые инструменты для управления личными финансами, контролирует собственные экономические и финансовые риски	Микроэкономика	2	233-234
			Макроэкономика	1	235
			Основы финансового менеджмента	7	236
			Социально-экономическая статистика	3	237
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	238

УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	УК-11.1. - Реализует гражданские права и осознанно участвует в жизни общества	Основы правового регулирования управленческой деятельности	3	239-241
			Основы национальной безопасности	3	242-244
		УК-11.2. - Следует базовым этическим ценностям, демонстрируя нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Основы правового регулирования управленческой деятельности	4	245-248
			Основы национальной безопасности	3	249-251
		УК 11.3. - Демонстрирует знание российского законодательства, а также антикоррупционных стандартов поведения, уважение к праву и закону. Идентифицирует и оценивает коррупционные риски, проявляет нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Основы правового регулирования управленческой деятельности	4	252-255
			Основы национальной безопасности	3	256-258
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	ОПК-1.1. - Использует теоретический и практический инструментарий в профессиональной деятельности на основе знаний экономической, организационной и управленческой теории с использованием философских знаний	История управленческой мысли	1	259-260
			Теория организации	3	261-262
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	263-264
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	265-266
		ОПК-1.2. - Аргументирует принятые решения и доказывает их состоятельность в цепочке знаний (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	Теория организации	3	267-268
			Методы принятия управленческих решений	6	269-271
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	272
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	273
		ОПК-1.3. - Использует методы принятия тактических и оперативных решений в управлении деятельностью организаций	Методы принятия управленческих решений	6	274-276
			Учебная (научно-исследовательская работа) практика	3	277
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	278
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных,	ОПК 2.1. - Осуществляет поиск источников информации на основе	Внешняя среда бизнеса	4	279-280

	необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	поставленных целей для решения профессиональных задач с учетом вариативности управленческих решений при обосновании выбора эффективных вариантов на базе показателей социально-экономической и финансовой результативности	Методы принятия управленческих решений	6	281
			Учебная (ознакомительная) практика	1	282-283
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	284
		ОПК 2.2. - Выбирает соответствующий содержанию профессиональных задач инструментарий обработки и анализа данных, современные информационные технологии и программное обеспечение для формирования необходимой базы финансово-организационных решений	Внешняя среда бизнеса	4	285-286
			Учет и анализ	6	287-288
			Основы финансового менеджмента	7	289
			Учебная (ознакомительная) практика	1	290-291
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	292
		ОПК 2.3. - Осуществляет информационную обработку проектов распорядительных, организационных и информационно-справочных документов и внедрение их в управленческую деятельность с учетом заданных критериев качества документов и показателей социально-экономической и финансовой эффективности обоснования решений	Внешняя среда бизнеса	4	293-294
			Основы финансового менеджмента	7	295-296
			Учебная (ознакомительная) практика	1	297
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	298
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	ОПК-3.1. - Учитывает факторы, влияющие на разработку организационно-управленческих решений, механизм их реализации и социальные аспекты оценки организационно-управленческих решений в условиях сложной и динамичной среды и способы оценки их последствий	Маркетинг	4	299-303
		ОПК-3.2. - Использует основные научные подходы к разработке и методики по выработке организационно-управленческих решений на основе анализа и системы правил при их оценке в условиях сложной и динамичной среды	Маркетинг	4	304-307
			Стратегический менеджмент	7	308-313

		ОПК-3.3. - Обосновывает и реализует организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости в условиях сложной и динамичной среды и оценивает их последствия	Стратегический менеджмент	7	314-318
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	ОПК-4.1. - Применяет основные методы идентификации возможностей и угроз во внешней среде организации для создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Маркетинг	4	319-324
		ОПК-4.2. - Выявляет и оценивает возможности развития организации и бизнесов с учетом имеющихся ресурсов и компетенций	Маркетинг	4	325-331
		ОПК-4.3. - Проектирует бизнес-процессы создания и развития новых направлений деятельности и организаций, осуществляет диагностику бизнес-идеи, формулирует ее и использует при поиске новых рыночных возможностей деятельности организации	Управление проектами	6	332-338
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	ОПК-5.1. - Использует методы интеллектуального анализа, современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных, при решении профессиональных задач	Цифровые технологии в менеджменте	2,3	339-341
			Учебная (ознакомительная) практика	1	342-343
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	344-345
		ОПК-5.2. - Применяет на практике навыки работы с современными информационными технологиями и программными средствами, включая управление крупными массивами данных, решает стандартные задачи профессиональной деятельности на основе	Цифровые технологии в менеджменте	2,3	346-348
			Учебная (ознакомительная) практика	1	349-350

		информационной культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности	Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	351-353
		ОПК-5.3. - Использует современные инструменты менеджмента, информационно-коммуникационные технологии и программные средства для разработки мероприятий при решении профессиональных задач	Цифровые технологии в менеджменте	2,3	354-355
			Учебная (ознакомительная) практика	1	356
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	357-358
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. - Демонстрирует навыки работы с универсальными и специализированными пакетами прикладных программ и программными средствами для разработки мероприятий при решении профессиональных задач	Цифровые технологии в менеджменте	2,3	359-363
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	364-366
		ОПК-6.2. - Применяет информационные технологии для оптимизации управленческих решений	Цифровые технологии в менеджменте	2,3	367-371
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	372-373
		ОПК-6.3. - Обеспечивает информационную безопасность при принятии управленческих решений	Цифровые технологии в менеджменте	2,3	374-376
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	377-378
ПК-1	Способен организовать и участвовать в проведении маркетинговых исследований	ПК-1.1. - Использует знания основ маркетинговых исследований; технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов исследования; программ и сервисов исследования и поиска конкурентов в сите «Интернет»; поведения потребителей; основных поведенческих факторов и инструментов их исследования; алгоритмов формирования потребительского спроса; требований	Маркетинговые исследования	5	379-380
			Управление рынком сбыта	7	381-382
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	383

		законодательства и нормативно-правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность	Производственная (преддипломная) практика	8	384
		ПК-1.2. - Осуществляет сбор и обработку информации, проводит исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства; проводит анализ цен и затрат; определять состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость; применяет различные методы ценообразования; определяет источники информации и методы проведения маркетинговых исследований	Маркетинговые исследования	5	385-386
			Управление рынком сбыта	7	387-388
			Основы научных исследований	1	389
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	390
			Производственная (преддипломная) практика	8	391
		ПК-1.3. - Обладает навыками проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства	Маркетинговые исследования	5	392-394
			Управление рынком сбыта	7	395-396
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	397
			Производственная (преддипломная) практика	8	398
ПК-2	Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию	ПК-2.1. - Применять основы предпринимательства, маркетинга, менеджмента, систему инструментов маркетинга и интернет-маркетинга, вэб-дизайна; особенности функционирования современных рекламных и медийных систем и площадок	Бизнес-планирование	7	399
			Рекламный менеджмент	8	400
			Логистика и управление цепями поставок	1	401
			Маркетинговая товарная политика	5	402
			Брендинг	8	403
			Производственная (преддипломная) практика	8	404
		ПК-2.2. - Составлять планы и систему показателей эффективности продвижения, распределять работы и выделять ресурсы по реализации стратегии	Бизнес-планирование	7	405-406
			Рекламный менеджмент	8	407
			Логистика и управление цепями поставок	1	408
			Маркетинговая товарная политика	5	409

			Брендинг	8	410
			Производственная (преддипломная) практика	8	411
		ПК-2.3. - Демонстрировать навыки подбора каналов продвижения; разработки показателей эффективности; составления стратегии продвижения; взаимодействия с участниками работ; планирования и контроля реализации стратегии; выявления и устранения причин расхождения показателей	Бизнес-планирование	7	412
			Рекламный менеджмент	8	413
			Логистика и управление цепями поставок	1	414
			Маркетинговая товарная политика	5	415-416
			Брендинг	8	417
			Производственная (преддипломная) практика	8	418
ПК-3	Способен организовывать работу по продвижению в сети «Интернет»	ПК-3.1. - Использовать основы маркетинга и маркетинговые инструменты, в том числе в сети «Интернет»; Интернет-маркетинга, законодательную и нормативную базу; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна; принципы и правила копирайтинга	Информационные технологии в профессиональной деятельности	3,4	419-420
			CRM-маркетинг и клиентский опыт	8	421-422
			Электронная коммерция	5	423-424
			Производственная (преддипломная) практика	8	425
		ПК-3.2. - Применять методы маркетинга и маркетинговые инструменты в сети «Интернет»; программы и сервисы проведения электронной аналитики, рассылок, дизайна	Информационные технологии в профессиональной деятельности	3,4	426-427
			CRM-маркетинг и клиентский опыт	8	428-429
			Электронная коммерция	5	430-431
			Производственная (преддипломная) практика	8	432
		ПК-3.3. - Реализовывать планы маркетинговых исследований, программ продвижения, электронной аналитики, рассылок, дизайна	Информационные технологии в профессиональной деятельности	3,4	433-434
			CRM-маркетинг и клиентский опыт	8	435-436
			Электронная коммерция	5	437
			Производственная (преддипломная) практика	8	438
ПК-4	Способен организовать и проводить оперативный анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства	ПК-4.1. - Понимать и применять принципы маркетинговых исследований; технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования; программы и сервисы исследования и поиска конкурентов в сите «Интернет»; методы, программы и сервисы исследования спроса; алгоритмы формирования потребительского спроса	Региональный маркетинг	8	439
			Маркетинговая товарная политика	5	440
			Товарная оценка и экспертиза	3	441
			CRM-маркетинг и клиентский опыт	8	442
			Управление жизненным циклом продукта (дисциплина по выбору)	2	443
			Инфраструктура товарного рынка (дисциплина по выбору)	2	444

			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	445
			Производственная (преддипломная) практика	8	446
		ПК-4.2. - Осуществлять сбор и обработку информации, проводить исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства; проводить анализ цен и затрат; определять состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость; применять различные методы ценообразования; определять источники информации и методы проведения маркетинговых исследований; составлять отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям	Региональный маркетинг	8	447
			Маркетинговая товарная политика	5	448
			Товарная оценка и экспертиза	3	449
			CRM-маркетинг и клиентский опыт	8	450
			Управление жизненным циклом продукта (дисциплина по выбору)	2	451
			Инфраструктура товарного рынка (дисциплина по выбору)	2	452
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	453
			Производственная (преддипломная) практика	8	454
		ПК-4.3. - Определять основные этапы проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечень информации и ее детализацию; проводить исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства	Региональный маркетинг	8	455
			Маркетинговая товарная политика	5	456
			Товарная оценка и экспертиза	3	457
			CRM-маркетинг и клиентский опыт	8	458
			Управление жизненным циклом продукта (дисциплина по выбору)	2	459
			Инфраструктура товарного рынка (дисциплина по выбору)	2	460
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	461
			Производственная (преддипломная) практика	8	462
ПК-5	Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации	ПК-5.1. - Обладать знаниями в области основы предпринимательства, маркетинга, менеджмента, систему инструментов маркетинга и интернет-маркетинга, вэб-дизайна; особенности функционирования современных рекламных и медийных систем и площадок; методы планирования и контроля	Рекламный менеджмент	8	463-464
			Контроллинг маркетинговых систем	7	465
			Public relations	4	466-467
			Концепции современного маркетинга	2	468
			Производственная (преддипломная) практика	8	469

		ПК-5.2. - Демонстрировать навыки составления системы показателей эффективности; распределения работы и выделять ресурсы по реализации стратегии; составления планов и прогнозов; проведения контрольных мероприятий; выявления и устранения причин расхождения показателей	Рекламный менеджмент	8	470
			Контроллинг маркетинговых систем	7	471-472
			Public relations	4	473
			Концепции современного маркетинга	2	474
			Производственная (преддипломная) практика	8	475
		ПК-5.3. - Подбирать каналы продвижения; разрабатывать показатели эффективности; составлять стратегии продвижения	Рекламный менеджмент	8	476
			Контроллинг маркетинговых систем	7	477-478
			Public relations	4	479-480
			Концепции современного маркетинга	2	481
			Производственная (преддипломная) практика	8	482
ПК-6	Способность проведения количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	ПК-6.1. - Применять теоретические знания в области маркетинга и менеджмента; технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования и анализа информации; программные продукты для обработки и анализа информации; основы психологии; поведения потребителей; требования законодательства и нормативно-правовых актов регулирующих маркетинговую деятельность; основы экономики и ценообразования	Маркетинговые коммуникации	6	483-484
			Маркетинг промышленных предприятий	8	485-486
			Маркетинговое ценообразование	5	487-488
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	489
			Производственная (преддипломная) практика	8	490
		ПК-6.2. - Осуществлять сбор, обработку и анализ информации, проводить исследования конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, товарных рынков и рынков факторов производства; проводить анализ цен и затрат; определять состав цены и факторы, влияющие на затраты и себестоимость; применять различные методы ценообразования; определять источники информации и методы проведения маркетинговых исследований; составлять	Маркетинговые коммуникации	6	491
			Маркетинг промышленных предприятий	8	492
			Маркетинговое ценообразование	5	493-494
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	495
			Производственная (преддипломная) практика	8	496

		отчеты и аналитические записки по проведенным исследованиям			
		ПК-6.3. - Пользоваться навыками определения основных этапов проведения маркетинговых исследований, формирования технологии маркетинговых исследований, перечня информации и ее детализации; проведения исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства; составления аналитической записки на основе проведенных исследований	Маркетинговые коммуникации	6	497
			Маркетинг промышленных предприятий	8	498
			Маркетинговое ценообразование	5	499-500
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	501
			Производственная (преддипломная) практика	8	502
ПК-7	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	ПК-7.1. - Демонстрировать знаний основ маркетинга и менеджмента; технические, маркетинговые и информационно-аналитические методы исследования и анализа информации; основы психологии; поведения потребителей	Поведение потребителей	5	503-505
			Маркетинговые коммуникации	6	506-508
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	509
			Производственная (преддипломная) практика	8	510
		ПК-7.2. - Осуществлять сбор, обработку и анализ информации для оценки воздействия макроэкономической среды, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей	Поведение потребителей	5	511-512
			Маркетинговые коммуникации	6	513-514
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	515
			Производственная (преддипломная) практика	8	516
		ПК-7.3. - Реализовывать мероприятия, разработанные на основе полученных результатов исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей вэб-сайтов, спроса и его изменения; анализа структуры цен, затрат, факторов изменения затрат и цен, сбыта, товарных рынков и рынков факторов производства	Поведение потребителей	5	517-518
			Маркетинговые коммуникации	6	519-520
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	521
			Производственная (преддипломная) практика	8	522

ПК-8	Владеть методами и программными средствами обработки информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы	ПК-8.1. - Использовать знания основ маркетинга и маркетинговых исследований; правил ведения учета, сроков и порядка составления отчетности; информационных технологий и систем в менеджменте	Маркетинговые исследования	5	533-526
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	527-528
			Производственная (преддипломная) практика	8	529-530
		ПК-8.2. - Применять принципы и методы маркетинга; взаимодействовать со смежными подразделениями; формировать и вести отчетность в соответствии с существующими стандартами, инструкциями и нормативной документацией; использовать программные средства для обработки информации	Маркетинговые исследования	5	531-533
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	534
			Производственная (преддипломная) практика	8	535-536
		ПК-8.3. - Координировать и контролировать проведение работ по обработке маркетинговой информации; контролировать и анализировать сроки и условия проведения исследований; организовывать и контролировать выполнение исследований в соответствии с требованиями документации	Маркетинговые исследования	5	537-539
			Производственная (технологическая (проектно-технологическая) практика	4,6	540
			Производственная (преддипломная) практика	8	541-542
ПК-9	Владеет маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет-маркетинге	ПК-9.1. - Обосновывать принятие управленческих решений на основе знаний в области маркетинга, маркетинговых исследований, поведения потребителей, менеджмента, законодательной и нормативной базы	Мерчандайзинг	5	543
			Введение в профессию	1	544
			Маркетинг промышленных предприятий	8	545
			Международный маркетинг	6	546
			Маркетинг услуг (дисциплина по выбору)	4	547
			Маркетинг закупок (дисциплина по выбору)	4	548
			Производственная (преддипломная) практика	8	549
		ПК-9.2. - Применять маркетинговые инструменты и технологии управления в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет-маркетинге	Мерчандайзинг	5	550
			Введение в профессию	1	551
			Маркетинг промышленных предприятий	8	552
			Международный маркетинг	6	553
			Маркетинг услуг (дисциплина по выбору)	4	554
			Маркетинг закупок (дисциплина по выбору)	4	555

			Производственная (преддипломная) практика	8	556
		ПК-9.3. - Демонстрировать навыки использования маркетинговых инструментов и технологий управления, учитывая особенности их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет-маркетинге	Мерчандайзинг	5	557
			Введение в профессию	1	558
			Маркетинг промышленных предприятий	8	559
			Международный маркетинг	6	560
			Маркетинг услуг (дисциплина по выбору)	4	561
			Маркетинг закупок (дисциплина по выбору)	4	562
			Производственная (преддипломная) практика	8	563

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 нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		2	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		3	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		4	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		5	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		6	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		7	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		8	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		9	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		10	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		11	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		12	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-1.2	13	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		14	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		15	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		16	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		17	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		18	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		19	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		20	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		21	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-1.3	22	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		23	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		24	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		25	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		26	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		27	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		28	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		29	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		30	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

	УК-1.4	31	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		32	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		33	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		34	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		35	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		36	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		37	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-1.5	38	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		39	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		40	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		41	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		42	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		43	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		44	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		45	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		46	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		47	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-2.1	48	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		49	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		50	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		51	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		52	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		53	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		54	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
	УК-2.2	55	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		56	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		57	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		58	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		59	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		60	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
УК-2	УК-2.3	61	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		62	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		63	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		64	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-2.4	65	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		66	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		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	повышенный	5
	УК-2.5	70	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		71	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		72	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		73	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-3	УК-3.1	74	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		75	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		76	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		77	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-3.2	78	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		79	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		80	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		81	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		82	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-3.3	83	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		84	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3

		85	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		86	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-3.4	87	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		88	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		89	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		90	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-3.5	91	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		92	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		93	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-4	УК-4.1	94	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		95	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		96	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		97	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		98	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-4.2	99	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		100	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		101	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		102	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		103	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-4.3	104	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		105	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		106	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		107	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		108	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-4.4	109	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		110	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		111	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		112	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		113	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-4.5	114	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		115	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		116	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		117	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		118	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-5	УК-5.1	119	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		120	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5

		121	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		122	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
	УК-5.2	123	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		124	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		125	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		126	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		127	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		128	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		129	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		130	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		131	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-5.3	132	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		133	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		134	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		135	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		136	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		137	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		138	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

УК-6	УК-6.1	139	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		140	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		141	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		142	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-6.2	143	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		144	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		145	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		146	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-6.3	147	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		148	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		149	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		150	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-6.4	151	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		152	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		153	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		154	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	УК-6.5	155	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		156	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		157	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		158	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-7	УК-7.1	159	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		160	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		161	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		162	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		163	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		164	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-7.2	165	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		166	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		167	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		168	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		169	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	УК-7.3	170	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		171	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		172	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		173	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-7.4	174	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		175	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		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
УК-8	УК-8.1	179	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		180	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		181	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		182	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-8.2	183	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		184	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		185	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		186	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-8.3	187	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		188	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		189	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		190	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-8.4	191	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		192	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		193	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		194	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-8.5	195	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		196	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		197	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		198	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-9	УК-9.1	199	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		200	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		201	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		202	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		203	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		204	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

	УК-9.2	205	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		206	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		207	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		208	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		209	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		210	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		211	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-9.3	212	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		213	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		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
		217	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		218	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-10	УК-10.1	219	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		220	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		221	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		222	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		223	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		224	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		225	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		226	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-10.2	227	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		228	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		229	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		230	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		231	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		232	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-10.3	233	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		234	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		235	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		236	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		237	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		238	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
УК-11	УК-11.1	239	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		240	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		241	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		242	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		243	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		244	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-11.2	245	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		246	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		247	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		248	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		249	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		250	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		251	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	УК-11.3	252	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		253	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		254	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		255	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		256	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		257	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		258	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

ОПК-1	ОПК-1.1	259	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		260	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		261	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		262	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		263	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		264	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		265	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		266	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-1.2	267	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		268	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		269	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		270	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		271	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		272	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		273	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	ОПК-1.3	274	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		275	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		276	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		277	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		278	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК-2	ОПК-2.1	279	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		280	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		281	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		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	высокий	10
	ОПК -2.2	285	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		286	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		287	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		288	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		289	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		290	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3

		291	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		292	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	ОПК-2.3	293	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		294	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		295	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		296	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		297	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		298	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
ОПК-3	ОПК-3.1	299	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		300	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		301	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		302	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		303	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-3.2	304	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		305	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		306	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		307	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		308	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		309	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		310	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		311	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		312	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		313	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-3.3	314	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		315	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		316	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		317	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		318	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК-4	ОПК-4.1	319	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		320	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		321	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		322	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		323	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		324	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-4.2	325	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		326	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		327	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		328	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		329	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		330	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		331	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-4.3	332	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		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
		337	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		338	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК-5	ОПК-5.1	339	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		340	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		341	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		342	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3

		343	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		344	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		345	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-5.2	346	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		347	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		348	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		349	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		350	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		351	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		352	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		353	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-5.3	354	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		355	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		356	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		357	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		358	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ОПК-6	ОПК-6.1	359	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		360	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		361	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		362	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		363	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		364	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		365	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		366	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	ОПК-6.2	367	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		368	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		369	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		370	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		371	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		372	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		373	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ОПК-6.3	374	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		375	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		376	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		377	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		378	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-1	ПК-1.1	379	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		380	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		381	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		382	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		383	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		384	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-1.2	385	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		386	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		387	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		388	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		389	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		390	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		391	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	ПК-1.3	392	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		393	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		394	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		395	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		396	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		397	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		398	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-2	ПК-2.1	399	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		400	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		401	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		402	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		403	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		404	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	ПК-2.2	405	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		406	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		407	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		408	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		409	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

		410	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		411	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
	ПК-2.3	412	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		413	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		414	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		415	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		416	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		417	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		418	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-3	ПК-3.1	419	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		420	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		421	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		422	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		423	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		424	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		425	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-3.2	426	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		427	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

		428	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		429	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		430	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		431	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		432	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-3.3	433	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		434	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		435	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		436	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		437	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		438	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-4	ПК-4.1	439	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		440	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		441	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		442	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		443	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		444	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3

		445	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		446	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-4.2	447	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		448	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		449	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		450	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		451	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		452	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		453	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		454	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-4.3	455	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		456	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		457	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		458	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		459	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		460	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		461	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

		462	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-5	ПК-5.1	463	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		464	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		465	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		466	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		467	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		468	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		469	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
	ПК-5.2	470	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		471	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		472	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		473	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		474	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		475	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-5.3	476	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		477	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3

		478	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		479	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		480	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		481	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		482	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-6	ПК-6.1	483	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		484	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		485	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		486	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		487	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		488	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		489	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		490	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-6.2	491	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		492	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		493	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

		494	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		495	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		496	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-6.3	497	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		498	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		499	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		500	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		501	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		502	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-7	ПК-7.1	503	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		504	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		505	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		506	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		507	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		508	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		509	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		510	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-7.2	511	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		512	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5

		513	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		514	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		515	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		516	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-7.3	517	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		518	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		519	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		520	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		521	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		522	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-8	ПК-8.1	523	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		524	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		525	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		526	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		527	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		528	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		529	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		530	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

	ПК-8.2	531	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		532	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		533	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		534	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		535	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		536	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-8.3	537	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		538	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		539	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		540	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		541	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		542	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
ПК-9	ПК-9.1	543	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		544	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		545	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

		546	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		547	Задание закрытого типа на установление соответствия	базовый	3
		548	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		549	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-9.2	550	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		551	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		552	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		553	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		554	Задание закрытого типа на установление последовательности	базовый	3
		555	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		556	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
	ПК-9.3	557	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		558	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор одного правильного ответа из предложенных с последующим объяснением своего выбора	базовый	3
		559	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		560	Задание открытого типа с развернутым ответом	повышенный	5
		561	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10
		562	Задание комбинированного типа, предполагающие выбор нескольких ответов из предложенных с последующим объяснением своего выбора	повышенный	5
		563	Задание открытого типа с развернутым ответом	высокий	10

5. Сценарии выполнения тестовых заданий

Тип задания	Последовательность действий при выполнении
Задание закрытого типа на установление последовательности	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 4. Записать цифры вариантов ответа в нужной последовательности без пробелов и знаков препинания (например, 135)
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 несколько правильных ответов и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа.

Законы организации имеют в своем составе общее и особенное. Общая часть закона имеет механизм действия независимо от географического расположения, страны, сферы деятельности организации, а особенное – это та часть закона, которая не меняет его сути и отражает особенности организации как социальной системы, например, общий уровень культуры и профессиональной подготовки.

Законы играют решающую роль в теории организации, в том числе образуют теоретический фундамент, способствуют переходу от эмпирического подхода к профессиональному, позволяют правильно оценить возникающую ситуацию и анализировать зарубежный опыт.

Выберите из законов организации два, которые можно отнести к законам, проявляющимся преимущественно в динамике (в процессах как функции управления)?

А. Закон пропорциональности.

Б. Закон онтогенеза (преобразования).

В. Закон информированности-упорядоченности.

Г. Закон композиции.

Д. Закон наименьших.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 2.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Даны две матрицы: $A = \begin{pmatrix} 3 & 2 \\ 0 & -1 \end{pmatrix}$ и $B = \begin{pmatrix} 1 & -2 \\ 5 & 4 \end{pmatrix}$.

Установите соответствие между действиями с матрицами и результатом вычислений.

Действия с матрицами		Результат вычислений	
А.	$A + B$	1.	$\begin{pmatrix} 2 & 4 \\ -5 & -5 \end{pmatrix}$
Б.	$A \cdot B$	2.	$\begin{pmatrix} 3 & -4 \\ 0 & -4 \end{pmatrix}$
В.	$A - B$	3.	$\begin{pmatrix} 4 & 0 \\ 5 & 3 \end{pmatrix}$
Г.	$A^{\mathrm{T}} + B$	4.	$\begin{pmatrix} -1 & 23 \\ 2 & -4 \end{pmatrix}$
Д.	$A \cdot B^{\mathrm{T}}$	5.	$\begin{pmatrix} 13 & 2 \\ -5 & -4 \end{pmatrix}$

		6.	$\begin{pmatrix} 4 & -2 \\ 7 & 3 \end{pmatrix}$

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.	Д.

Задание 3.

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

Вы – маркетолог стартапа по производству умных фитнес-браслетов с функцией AI-тренера. Компания готовится к запуску на рынок и нуждается в: анализе целевой аудитории (ЦА), разработке маркетинговой стратегии, расчете финансовых показателей для привлечения инвестиций.

Выберите два наиболее важных действия для успешного старта из предложенных вариантов. Обоснуйте выбор, используя принципы маркетинга и бизнес-планирования.

Варианты:

А. Провести SWOT-анализ конкурентов.

Б. Запустить краудфандинг-кампанию.

В. Разработать таблицу финансовой модели с расчетом ROI и точки безубыточности.

Г. Создать вирусный ролик без привязки к ЦА.

Д. Назначить цену на 20% ниже рыночной без анализа себестоимости.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 4.

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

В условиях динамично развивающейся бизнес-среды, успешное решение маркетинговых задач требует глубокого анализа и системного подхода. При этом важно знать уровни принятия стратегических решений и их взаимосвязь с общей маркетинговой концепцией компании. Для определения места маркетинговой стратегии в общей (общекорпоративной) стратегии компании необходимо понимать, как устроена компания, как она управляется, как функционирует.

Выберите из предложенных вариантов четыре уровня стратегических решений, которые отражают иерархию стратегий (формируют стратегическую пирамиду) в условиях деятельности крупной диверсифицированной компании с дивизиональной структурой:

А. Корпоративный.

Б. Общий.

В. Деловой.
Г. Функциональный.
Д. Тактический.
Е. Операционный.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 5.

Прочитайте текст, выберите правильные ответы и запишите аргументы, обосновывающие выбор (время выполнения 5 мин.).

Компания «ТехноИнновации» планирует выйти на новый рынок, но столкнулась с рядом стратегических барьеров:

высокая конкуренция среди действующих игроков;
непредсказуемость спроса на инновационные продукты;
ограниченные финансовые ресурсы для агрессивного маркетинга;
отсутствие локальных партнёров.

Руководство компании сформулировало стратегическую задачу: разработать план выхода на рынок с минимальными рисками и максимальными возможностями для роста.

Определите два из подходов к анализу задачи, которые будут наиболее целесообразными в нашем случае:

А. Использование матрицы Ансоффа для определения наиболее безопасного стратегического пути.

Б. Применение анализа PESTEL для изучения макросреды и выявления потенциальных рисков.

В. Декомпозиция задачи через модель 5 сил Портера для оценки конкурентной среды.

Г. Проведение SWOT-анализа для оценки внутренних и внешних факторов влияния.

Д. Формирование стратегии на основе дерева решений, позволяющего спрогнозировать возможные сценарии развития.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 6.

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

При решении поставленных задач важно применять системный подход к принятию решений. Из перечисленных ниже методов выберите те, которые относятся к моделированию и принятию решений:

А. Линейное программирование.
Б. Теория игр.
В. Имитационное моделирование.

Г. Метод наименьших квадратов.
Д. Регрессионный анализ.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 7.

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

Население как предмет изучения в статистике представляет собой совокупность людей, проживающих на определенной территории, и численность которого меняется за счёт рождений, смертей, миграции. Изменение численности населения за счёт рождений и смертей называют естественным движением.

Естественное движение характеризуется следующими показателями:
А. Коэффициент рождаемости.
Б. Коэффициент механического прироста.
В. Коэффициент смертности.
Г. Коэффициент естественного прироста.
Д. Коэффициент выбытия.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 8.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы контроллер на предприятии, вам было поручено финансовые показатели. Нормальная производственная мощность предприятия составляет 8000 единиц продукции. В связи с ростом объема спроса было произведено и реализовано 9600 единиц продукции. Фактические затраты составили 24000 млн. ден. ед., из них:

- переменные затраты 10000 млн. ден. ед.;
- постоянные затраты 14000 млн. ден. ед.

Задание:

1. Используя метод рациональных зачислений, рассчитайте себестоимость единицы продукции.
2. Оцените сумму избыточно поглощенных затрат при использовании этого метода.

Ответ:

Задание 9.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Представьте, что вы – начинающий маркетолог, которому поручено провести комплексное маркетинговое исследование для вывода нового продукта на рынок. Однако, записи вашего руководителя перепутались, и вам необходимо восстановить правильную последовательность этапов исследования, чтобы не допустить ошибок и получить достоверные результаты.

Расположите следующие этапы маркетингового исследования в логической последовательности, от первого до последнего:

1. Определение проблемы и формулировка целей исследования.
2. Анализ полученных данных и интерпретация результатов.
3. Разработка плана исследования (определение методов, инструментов, выборка).
4. Представление отчета о результатах исследования и выработка рекомендаций.
5. Сбор данных (первичных и вторичных) в соответствии с планом исследования.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 10.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Наука, как специфическая деятельность, характеризуется рядом признаков и понятийным аппаратом.

Соотнесите основные научные понятия и их характеристики.

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

Основные научные понятия		Характеристики научных понятий	
А	Закон	1	Мыслительная процедура непосредственного выведения некоторого высказывания из одного или нескольких других высказываний
Б	Умозаключение	2	Модель постановки проблем, принятая в качестве образца решения исследовательских задач
В	Теория	3	Система взглядов, теоретических положений, основных мыслей относительно объекта исследования, которые объединены определённой главной идеей
Г	Понятие	4	Учение, система идей, взглядов, принципов, направленных на объяснение того или иного явления, совокупность обобщённых положений
Д	Концепция	5	Объективная, внутренняя, существенная, необходимая, устойчивая взаимосвязь явлений, процессов в природе и обществе

		6	Мысль, отражающая в обобщенной форме наиболее существенные и необходимые признаки предметов и явлений, взаимосвязи

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 11.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В современном менеджменте применение системного подхода позволяет менеджерам видеть целостную картину и выделять базовые составляющие задач, а декомпозиция задач помогает разбить их на более управляемые части.

В ходе прохождения учебной (ознакомительной) практики Вам необходимо провести научное исследование по теме «Влияние маркетинга на процесс потребления в современном обществе». Установите этапы научного исследования в логической последовательности.

1. Формулировка гипотезы.
2. Сбор и анализ данных.
3. Определение актуальности исследования.
4. Проведение литературного обзора.
5. Методология исследования и выбор методов.
6. Обработка и интерпретация результатов.
7. Написание отчета о результате исследования.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 12.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Метод Дерева целей является важным инструментом стратегического менеджмента, позволяющим организациям визуализировать свои цели и задачи, а также определить взаимосвязи между ними. Этот метод способствует детальному анализу задач, выявлению базовых составляющих и их декомпозиции на более простые и управляемые элементы.

Представьте, что в процессе прохождения производственной практики на предприятии, производящем экологически чистую продукцию, Вы выполняете обязанности менеджера отдела маркетинга. Руководство приняло решение запустить новую серию органической косметики. При этом одной из стратегических целей является достижение 10% доли на рынке органической косметики в течение первого года. Для успешной реализации маркетинговой стратегии вам необходимо использовать метод Дерева целей

для определения маркетинговых целей и задач, которые помогут достичь бизнес-целей в этом сегменте.

Задание:

1. Перечислите факторы, которые важно учитывать при формулировании стратегических целей.

2. Декомпозируйте основную цель «Достигнуть 10% доли на рынке органической косметики» на подцели.

3. Опишите возможный план реализации своих подцелей и достижения общей стратегической цели с помощью метода Дерева целей?

Ответ:

Задание 13.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Управление требует от менеджеров умения правильно анализировать и интерпретировать данные для принятия обоснованных решений. Без умения правильно определять, интерпретировать и ранжировать информацию, менеджеры могут принимать неэффективные или ошибочные решения, что негативно скажется на результатах их работы и организации в целом.

Расставьте следующие этапы процесса управления в логической последовательности:

1. Оценка результатов.
2. Планирование.
3. Организация.
4. Мотивация.
5. Контроль.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 14.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современном бизнесе стратегический маркетинг играет критическую роль в формировании конкурентных преимуществ и долгосрочного успеха компании. Для достижения поставленных целей необходима способность эффективно определять, интерпретировать и ранжировать информацию, которая будет служить основой для вынесения стратегических решений. Правильный анализ данных позволяет не только выявить существующие возможности и угрозы на рынке, но и сформировать обоснованные гипотезы о поведении потребителей и общественных трендах, которые в дальнейшем станут основой для разработки маркетинговых стратегий.

Задание:

1. Опишите источники информации, которые можно использовать при проведении анализа рынка.

2. Выделите критерии, по которым целесообразно ранжировать их важность для принятия окончательного решения.

Ответ:

Задание 15.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, занимающаяся производством бытовой техники, столкнулась с замедлением темпов роста продаж. Анализ рынка показал, что конкуренты активно внедряют инновационные технологии в свои продукты, предлагая потребителям «умные» решения, такие как IoT (интернет вещей) и интеграция с голосовыми помощниками. При этом у компании есть стабильная клиентская база и налаженные каналы поставок, но значительных инвестиций в разработку новых продуктов в последние годы не было.

Задание:

Как руководитель стратегического отдела компании, предложите схему анализа рыночной среды, выявите ключевые угрозы и возможности, а также предложите стратегические решения, которые помогут компании улучшить конкурентные позиции.

Ответ:

Задание 16.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Остатки оборотных средств предприятия составили:

на 1 января – 46 тыс. руб.;

на 1 февраля – 48 тыс. руб.;

на 1 марта – 36 тыс. руб.;

на 1 апреля – 36 тыс. руб.

За первый квартал предприятием реализовано продукции на сумму 636 тыс. руб.

Задание:

Определите коэффициент оборачиваемости оборотных средств.

Ответ:

Задание 17.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Спортивный комплекс проводит занятия по физической подготовке студентов и предоставляет услуги: занятия в тренажерном зале, плавательный бассейн, занятия шейпингом, предоставляет свои помещения в аренду для спортивных соревнований и организации выставок.

Задание:

1. Сформулировать пять целей, которые могут быть приняты руководством спорткомплекса.

2. Разъяснить общие проблемы, связанные с названными целями и как эти проблемы могут определить формирование информации для управления и контроля.

3. Привести пример того, как изменение внешней среды может повлечь корректировку одной или более целей для руководства спорткомплекса.

Ответ:

Задание 18.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Маркетинговая деятельность напрямую связана с необходимостью определения, интерпретации и ранжирования необходимой информации для решения управленческих проблем.

Установите соответствие между основными понятиями, используемыми в маркетинговой деятельности, и их определениями.

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

Понятие		Определение понятия	
А	Маркетинг	1	Изучение рынка с целью выявления потребительских предпочтений
Б	Потребность	2	Символическое представление компании, продукта или услуги в сознании потребителей, включающее в себя имя, логотип и репутацию
В	Сегментация рынка	3	Разделение рынка на отдельные группы потребителей со схожими потребностями и характеристиками
Г	Целевой рынок	4	Нужда, принявшая специфическую форму в соответствии с культурным уровнем и личностью индивида
Д	Бренд	5	Группа потребителей, на которую компания ориентирует свои маркетинговые усилия
		6	Совокупность процессов планирования, создания, продвижения и распределения товаров и сервисов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 19.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Диалектический метод познания является средством постижения реальности в природе, в обществе и в самом мышлении, позволяющий выделять среди однотипных факторов наиболее важные, в сложных процессах – ключевые детали, главные звенья управления. Данный метод характеризуется определенными категориями.

Соотнесите категории диалектического метода познания и их содержание.

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

Категории диалектического метода познания		Содержание категорий диалектического метода познания	
А	Сущность	1	Единство всех основных элементов целого, его свойств и связей
Б	Содержание	2	Каждый объект, предмет, явление, процесс
В	Явление	3	Совокупность глубинных связей, отношений и внутренних законов, определяющих основные черты и тенденции развития материальной системы
Г	Единичное	4	Объективно существующая общность черт, свойств, признаков единичных предметов, явлений, характеризующихся общими признаками
Д	Особенное	5	Внешние, эмпирически наблюдаемые, более подвижные и изменчивые свойства или признаки того или иного предмета
		6	Черты, присущие некоторым объектам, относящимся к определенному классу

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 20.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для написания отчета по учебной (ознакомительной) практике необходимо владеть навыками определения информации и ее интерпретирования.

Сопоставьте перечисленные ниже термины с их соответствующими определениями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Виды услуг		Осуществляемые операции	
А	Гипотеза	1	Процесс систематического изучения существующих исследований и публикаций по определенной теме для выявления пробелов в знаниях и формирования контекста исследования.
Б	Методология	2	Научное утверждение, которое предполагает возможное объяснение некоторого явления и подлежит проверке в ходе исследования.
В	Анализ данных	3	Комплекс методов, используемых для планирования и проведения исследования, а также для сбора и анализа данных.

Г	Обзор литературы	4	Метод исследования, который включает в себя проведение контролируемых условий для тестирования гипотезы.
Д	Эксперимент	5	Процесс обработки собранных данных с целью выявления закономерностей, тенденций и значимости результатов.
		6	Комплекс действий, направленных на изучение предмета исследования и достижение поставленной цели.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 21.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе осуществления маркетинговой деятельности важно иметь четкое понимание определения ключевых понятий маркетинга, интерпретировать рыночные данные и ранжировать информацию согласно ее значимости для выбранной цели.

В рамках прохождения производственной практики перед Вами поставлена задача провести анализ конкурентов предприятия, которое занимается производством натуральной косметики и представить результаты в графическом виде. На основе данного анализа будет разработана стратегия по выводу новой линии продуктов для ухода за кожей.

Задание:

1. Перечислите основные этапы проведения анализа конкурентов.

2. Опишите графический метод представления результатов анализа конкурентов, который дает возможность наглядно распределить участников рынка по степени значимости и выделить конкурентов, в большей степени определяющих направление отрасли.

Ответ:

Задание 22.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ. Зависимость между себестоимостью продукции y (тис. руб.) и объемом выпускаемой продукции x (млн. руб.) представлена функцией $y = -0{,}5x + 60$.

Задание:

Найти эластичность себестоимости, если объем выпуска продукции составляет 100 млн. руб. и сформулировать экономический смысл полученного значения.

Ответ:

Задание 23.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе построения стратегий маркетинга важно уметь искать информацию по различным запросам, критически анализировать полученные данные и синтезировать их для формирования обоснованных выводов и решений. Системный подход позволяет рассматривать маркетинговые задачи в контексте общей стратегии компании, эффективно использовать ресурсы и минимизировать риски.

Представьте, что вы маркетолог, работающий на предприятии, производящей электронику. Ваша команда разработала новый продукт – умное устройство для дома, которое совмещает функции управления домашней автоматизацией и устройством для видеонаблюдения. Необходимость успешного запуска продукта на рынке обуславливает необходимость разработки стратегического маркетингового плана.

Задание:

1. Перечислите источники информации, которые вы будете использовать для анализа конкурентной среды перед запуском нового продукта.
2. Опишите ключевые аспекты, которые вы будете учитывать при анализе конкурентной среды?
3. Обоснуйте, насколько целесообразно для анализа конкурентной среды использовать бенчмаркинг.

Ответ:

Задание 24.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, занимающаяся производством электротранспорта (электросамокаты, электровелосипеды), планирует расширение на новые рынки. Однако существует ряд барьеров:

в некоторых странах действуют строгие экологические нормы и сертификационные требования;

конкуренты активно развивают аналогичные продукты и предлагают более выгодные условия;

потребители предпочитают бренды, которые уже присутствуют на рынке.

Руководство компании поручило вам, как стратегическому аналитику, сформировать обоснованное решение о выходе на рынок Европы. Для этого необходимо провести поиск информации и предложить подход к анализу данных.

Задание:

Какие источники информации вы будете использовать для анализа рынка и почему?

Какую методологию сбора и анализа данных вы примените для оценки перспективности выхода на рынок?

Какие стратегические рекомендации можно предложить компании для успешного выхода на рынок Европы?

Ответ:

Задание 25.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Крупная производственная компания планирует выпуск нового продукта – инновационного кухонного прибора, который сочетает в себе функции мультиварки, пароварки и гриля. Перед руководителем отдела маркетинга стоит задача провести информационно-аналитическое исследование рынка для разработки стратегии продвижения нового продукта.

Задание:

1. Выделите главные виды информационных запросов, которые нужно выполнить для полноценного анализа рынка.
2. Опишите, какие источники информации используют для каждого типа запроса.
3. Разработайте план поиска информации, включая этапы сбора, обработки и анализа данных.

Ответ:

Задание 26.

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

Под движением основных фондов понимается любое пополнение или выбытие основных фондов, в результате которых изменяются объем и структура основных фондов.

Выберите три коэффициента, которые характеризуют движение основных фондов:

А) выбытия;

Б) обновления;

В) интенсивности обновления;

Г) воспроизводства;

Д) износа.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 27.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания занимается производством и продажей экологически чистых продуктов для дома. В прошлом квартале компания запустила новую маркетинговую кампанию, направленную на увеличение продаж в регионах с высоким спросом на экологически чистые продукты. Кампания включала в себя социальные сети, электронную почту и партнерство с местными магазинами.

Плановые показатели:

Объем продаж: 100 000 единиц.

Средняя цена за единицу: 20 долларов США.

Маркетинговые расходы: 50 000 долларов США.

Фактические показатели:

Объем продаж: 120 000 единиц.

Средняя цена за единицу: 22 доллара США.

Маркетинговые расходы: 60 000 долларов США.

Общий объем рынка составляет 1 200 000 единиц.

Цель компании - увеличить долю рынка до 10%.

Задание:

1. Рассчитайте отклонение от плановых показателей по объему продаж, средней цене за единицу и маркетинговым расходам.

2. Оцените эффективность маркетинговой кампании с точки зрения достижения целей по увеличению доли рынка.

3. Предложите три рекомендации для корректировки маркетинговой стратегии на основе полученных результатов.

Ответ:

Задание 28.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В своей профессиональной деятельности маркетолог пользуется различными источниками маркетинговой информации для решения поставленных задач.

Установите соответствие между типами источников информации и их характеристиками.

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

Тип источника информации		Характеристика источника информации	
А	Отраслевые отчеты и исследования	1	Содержат официальную статистику, законодательные акты, стандарты и регулирования, влияющие на маркетинг
Б	Аналитические платформы	2	Предоставляют доступ к широкому спектру информации, от новостей до научных статей, но требуют критической оценки релевантности

В	Поисковые системы общего назначения	3	Специализируются на анализе рынков, потребительских трендов и конкурентной среды, часто предлагают платные подписки
Г	Профессиональные блоги и форумы	4	Предлагают глубокий анализ конкретных отраслей, прогнозы развития и данные о компаниях, обычно доступны по подписке
Д	Нормативные документы	5	Являются площадками для обмена опытом, обсуждения актуальных вопросов и получения экспертных мнений
		6	Содержат данные по демографии, покупательской способности, интересам целевой аудитории

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 29.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В рамках прохождения учебной (ознакомительной) практики Вам необходимо провести исследование на тему «Влияние менеджмента на эффективность деятельности предприятия» и составить отчет. В процессе сбора информации необходимо использовать интернет-источники.

Определите способ, который помогает оценить достоверность информации, найденной в интернете.

А. Проверить дату публикации.

Б. Узнать, сколько раз материал был просмотрен.

В. Оценить, насколько информация согласуется с другими источниками.

Г. Узнать, кто написал данный материал.

Д. Выявить плагиат найденной информации.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 30.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Во время прохождения производственной практики в компании, занимающейся производством товаров для повседневного использования, перед вами стоит задача анализа рынка для запуска нового продукта – экологичного многоразового контейнера для продуктов. Чтобы успешно реализовать этот проект, необходимо провести тщательное исследование потребительских предпочтений и существующих предложений на рынке. От эффективного поиска информации будет зависеть формирование обоснованных решений для реализации маркетинговой стратегии.

Задание:

1. Перечислите основные методы поиска информации о потребительских предпочтениях и существующих предложений на рынке.

2. Определите наиболее эффективный метод поиска информации о потребительских предпочтениях. Обоснуйте свое мнение.

Ответ:

Задание 31.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте какой из перечисленных шагов лучше всего иллюстрирует умение обрабатывать информацию, отличая факты от мнений, интерпретаций и оценок, и формировать собственное мнение:

А. Читает новости и принимает их содержание как истину.

Б. Сравнивает несколько источников информации и делает выводы на основе фактов.

В. Принимает чужие мнения как свои собственные без критического осмысления.

Г. Придерживается только официальных данных, игнорируя альтернативные взгляды.

Д. Учитывает только оценку высшего руководства при анализе текущей ситуации.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 32.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы управляете стартапом, который разрабатывает новое мобильное приложение для управления личными финансами. Ваш продукт уже прошел этап бета-тестирования и получил положительные отзывы от пользователей. Однако, для выхода на рынок нужны дополнительные инвестиции, и у вас есть два потенциальных инвестора:

Инвестор А - предлагает вам достаточно средств, но требует, чтобы приложение было запущено через 3 месяца. Он также настаивает на сокращении некоторых функций, чтобы уложиться в этот срок.

Инвестор Б - предлагает меньше средств, но согласен ждать эквивалент 6 месяцев, чтобы вы смогли сохранить все функции приложения и улучшить его пользовательский интерфейс.

Задание

1. Проанализируйте риски, связанные с каждым из вариантов инвестирования.

2. Предложите, как можно минимизировать выявленные риски.

3. Исходя из анализа, выберите инвестора и аргументируйте точку зрения

Ответ:

Задание 33.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

По группе промышленных предприятий имеются следующие данные о товарной продукции и стоимости основных производственных фондов.

Показатель	Базисный период	Отчетный период
Товарная продукция, млн. руб.	300	400
Среднегодовая стоимость основных производственных фондов, млн. руб.	150	185

Задание:

Определите прирост объёма товарной продукции за счёт дополнительного привлечения основных производственных фондов и за счёт лучшего их использования.

Ответ:

Задание 34.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша компания, специализирующаяся на разработке программного обеспечения для оптимизации логистических цепочек, столкнулась с обвинениями в утечке данных клиентов. В социальных сетях и СМИ распространяется негативная информация, подкрепленная скриншотами и заявлениями анонимных источников. При этом, часть информации представляет собой факты, подтвержденные независимыми экспертами, а другая - субъективные мнения и эмоциональные оценки.

Задание:

1. Разработайте план действий, состоящий из шести пунктов по реагированию на кризис.

2. Опишите конкретные шаги каждого пункта разработанного плана действий.

Ответ:

Задание 35.

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

Умение критически мыслить, анализировать информацию и формировать собственные суждения является ключевым навыком для успешного маркетолога. Это позволяет принимать обоснованные решения, разрабатывать эффективные стратегии и достигать поставленных целей.

Выберите из перечисленных задач ту, которая является основной целью маркетинга.

А. Увеличение производственных мощностей компании.

Б. Оптимизация логистических процессов.

В. Удовлетворение потребностей потребителей с выгодой для компании.

Г. Снижение налоговой нагрузки на предприятие.

Д. Автоматизация бухгалтерского учета.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 36.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

При проведении исследования в рамках учебной (ознакомительной) практики для студента важной является способность различать объективные данные (факты) от субъективных оценок, мнений и интерпретаций.

Определите утверждение, которое является наиболее четким примером факта, а не мнения или интерпретации, в контексте стратегического маркетинга.

А. Наша новая рекламная кампания, вероятно, будет очень успешной.

Б. По сравнению с конкурентами, наш продукт имеет более привлекательный дизайн.

В. В прошлом квартале объем продаж нашего продукта X увеличился на 15%.

Г. Наш целевой рынок, скорее всего, отреагирует положительно на изменение цены.

Д. Новая упаковка, вероятнее всего, будет воспринята потребителями лучше по причине своего удобства.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 37.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках прохождения производственной практики студенту важно применять умение формировать собственное мнение и суждение, аргументировать свои выводы и точку зрения на основе имеющейся информации.

Кофейня «Уютный уголок» существует на рынке 5 лет и изначально позиционировалась как место с домашней атмосферой, предлагающее качественный кофе и выпечку. Однако за последние два года выручка начала падать, клиенты стали реже посещать заведение. Исследования показали, что целевая аудитория кофейни (25-45 лет, средний доход) ищет не только уют, но и современные решения, скорость обслуживания и разнообразие предложений. Конкуренты активно внедряют новые технологии (мобильные

приложения для заказа, системы лояльности), обновляют меню и проводят креативные маркетинговые кампании. Владелец кофейни рассматривает возможность проведения ребрендинга.

Задание:

1. Определите два ключевых фактора, которые необходимо учитывать при разработке стратегии ребрендинга кофейни «Уютный уголок» в данной ситуации. Обоснуйте свой выбор.
2. Приведите примеры двух возможных конкретных изменений в позиционировании, продукте или продвижении в рамках ребрендинга, чтобы привлечь целевую аудиторию и увеличить выручку. Обоснуйте каждое изменение.
3. Опишите два возможных риска при проведении ребрендинга в сложившейся ситуации.

Ответ:

Задание 38.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь менеджером среднего звена в крупной производственной компании. Компания столкнулась с проблемой снижения объемов продаж из-за ухудшения качества выпускаемой продукции. Ваши непосредственные подчиненные предлагают следующий вариант решения проблемы: увеличение инвестиций в модернизацию производственного оборудования.

Задание:

1. Оцените предложенный подчиненными вариант.
2. Предложите свой вариант решения проблемы в разрезе кратко-, средне- и долгосрочной перспектив.

Ответ:

Задание 39.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Турист заблудился в треугольном лесу, ограниченном дорогами, лежащими на прямых: $y = \mathrm{x} - 6$, $y = -\mathrm{x} + 1$, $y = 7$.

Задание:

Определите, к какой дороге ему стоит идти, чтобы побыстрее выбраться из леса, если он находится в точке с координатами (4,3).

Ответ:

Задание 40.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – руководитель проекта в стартапе по производству экологичной упаковки из переработанных материалов. Компания планирует масштабирование производства, но сталкивается с проблемой: ограниченный бюджет (до 5 млн руб. на закупку оборудования);

Конкуренция с крупными игроками, предлагающими дешевый пластик; нестабильный спрос в B2B-сегменте (кафе, магазины); выбрать стратегию развития на ближайшие 2 года, оценив 3 варианта:

1.Закупка подержанного оборудования (экономия 50% средств, но риск простоев из-за износа).

2.Партнерство с местными переработчиками (аутсорсинг производства, но меньшая маржинальность).

3.Краудфандинг-кампания для привлечения дополнительных инвестиций (длительный срок подготовки, но возможность выхода на международные рынки).

Задание:

1. Перечислите критерии, которые следует использовать для сравнения предложенных вариантов.

2. Определите вариант, оптимальный с точки зрения долгосрочной стабильности бизнеса. Обоснуйте ответ.

3. Назовите дополнительные данные, которые нужны для принятия окончательного решения.

Ответ:

Задание 41.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Крупная розничная сеть, специализирующаяся на продаже бытовой техники и электроники, столкнулась с замедлением темпов роста и снижением прибыли. Анализ показал несколько ключевых проблем:

увеличение онлайн-продаж конкурентов, которые предлагают более низкие цены;

рост затрат на аренду торговых площадей;

снижение лояльности клиентов, которые предпочитают более удобные цифровые каналы взаимодействия.

Руководство компании рассматривает три возможные стратегии выхода из кризиса:

фокус на развитии интернет-магазина (расширение онлайн-каналов, инвестиции в цифровой маркетинг, развитие логистики);

оптимизация офлайн-формата (сокращение неэффективных точек продаж, увеличение количества компактных магазинов-выставочных залов);

гибридная стратегия (сочетание онлайн- и офлайн-продаж с усиленной персонализацией и программами лояльности).

Задание:

Как стратегический менеджер, предложите анализ и оценку всех трех стратегий, выделите их достоинства и недостатки и обоснуйте наиболее оптимальный вариант для компании.

Ответ:

Задание 42.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Производственная компания, выпускающая широкий ассортимент товаров народного потребления, столкнулась с проблемой снижения прибыли, несмотря на увеличение объемов производства. Анализ финансовой отчетности показал, что основная причина – рост затрат на производство и логистику. Руководство компании приняло решение пересмотреть стратегию управления издержками и повысить общую эффективность работы предприятия.

Задание:

1. Опишите ключевые факторы, влияющие на эффективность управленческого решения в данной ситуации.
2. Предложите план действий для оптимизации затрат и повышения общей эффективности компании.
3. Перечислите критерии оценки успешности предложенных изменений.

Ответ:

Задание 43.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Известны следующие данные по предприятию, тыс. руб.:

Показатели	Базисный год	Отчетный год
Чистая реализация	320000	360000
Чистая прибыль	60500	62300
Среднегодовая стоимость активов	160000	190000

Задание:

1. Определите рентабельность продаж за каждый год и ее динамику.
2. Определите рентабельность активов и ее динамику.

Ответ:

Задание 44.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь консультантом по контроллингу, которого пригласил EdTech стартап «LearnNow», разрабатывающий интерактивную онлайн-платформу для обучения иностранным языкам. Сейчас компания находится

на стадии активного роста, привлекла первый раунд инвестиций и планирует масштабирование. Однако, руководство осознает необходимость внедрения системы контроллинга для управления маркетинговыми инвестициями и оценки эффективности маркетинговых кампаний.

Задание:

1. Предложите 2 ключевых показателя эффективности (KPI) для системы контроллинга маркетинга «LearnNow», которые, по вашему мнению, наиболее важны на данном этапе развития компании. Обоснуйте выбор каждого KPI, указав, какую информацию он предоставит и как он поможет в принятии управленческих решений.

Ответ:

Задание 45.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы являетесь членом экспертной комиссии, которой поручено оценить эффективность недавно завершившейся рекламной кампании по продвижению нового фитнес-трекера. Кампания включала в себя размещение таргетированной рекламы в социальных сетях, спонсорство местных спортивных мероприятий, а также сотрудничество с фитнес-блогерами.

Задание:

1. Выявить как минимум три ключевых достоинства данной кампании, основываясь на информации о типичных подходах к оценке маркетинговых кампаний.

2. Выявить как минимум три ключевых потенциальных недостатка данной кампании, основываясь на информации о типичных подходах к оценке маркетинговых кампаний.

3. Обоснуйте каждый пункт конкретными примерами или аргументами.

Ответ:

Задание 46.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Будущему маркетологу важно обладать навыками предложения возможных вариантов решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки.

Представьте, что вы – маркетолог в небольшой кофейне, расположенной рядом с образовательным учреждением высшего образования. Продажи кофе в утренние часы (с 8:00 до 11:00) значительно снизились за последние две недели. Ваша задача – предложить решение для увеличения утренних продаж.

Определите одно из ниже предложенных маркетинговых мероприятий, которое по вашему мнению, является наиболее перспективным и

эффективным, учитывая ограниченный бюджет и целевую аудиторию студентов.

А. Запуск таргетированной рекламы в социальных сетях, предлагающей скидку 50% на любой кофе в утренние часы.

Б. Организация лотереи с розыгрышем ценных призов (например, наушников или power bank) среди всех, кто купил кофе в утренние часы в течение месяца.

В. Запуск конкурса фотографий с кофе, победитель которого получит в подарок кофе с шоколадным батончиком.

Г. Введение акционного предложения: «Купи кофе – получи бесплатный круассан» в утренние часы.

Д. Замена всех старых кофемашин на новые, более современные, чтобы улучшить качество кофе.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 47.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках прохождения производственной практики студент должен получить навыки оценки достоинств и недостатков рассматриваемых вариантов решения поставленных задач.

Компания «Зеленый Сад» – производитель органических продуктов питания (овощи, фрукты, молочная продукция, яйца) в среднем ценовом сегменте. Компания успешно работает на рынке 5 лет и имеет хорошую репутацию среди потребителей, которые ценят качество и экологичность. «Зеленый Сад» реализует продукцию через собственную сеть небольших магазинов в городе (10 точек) и через партнерские сети супермаркетов.

Однако, в последнее время компания столкнулась с несколькими проблемами:

Снижение темпов роста продаж. Рынок органических продуктов становится более конкурентным, появляются новые игроки, в том числе крупные агрохолдинги, предлагающие аналогичную продукцию по более низким ценам.

Рост издержек. Увеличение цен на органические корма для животных и удобрения для почвы негативно влияет на себестоимость продукции.

Ограниченность географии. Компания работает только в одном городе и испытывает трудности с масштабированием бизнеса.

Задание:

1. Опишите две стратегические альтернативы, которые может рассмотреть компания «Зеленый Сад» для решения возникших проблем и обеспечения дальнейшего роста. Оцените их достоинства и недостатки.

2. Определите наиболее перспективный вариант стратегической альтернативы для «Зеленого Сада» из предложенных в текущей ситуации. Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Задание 48.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите шаги управленческой деятельности в правильной последовательности, чтобы отразить процесс определения круга задач в рамках поставленной цели и установления связей между ними. Выберите верный порядок действий из предложенных вариантов:

1. Определить круг задач, необходимых для достижения цели.
2. Поставить цель.
3. Определить связи между задачами.
4. Оценить ресурсы, необходимые для выполнения задач.
5. Оценить риски, связанные с выполнением задач.
6. Установить временные рамки для выполнения задач.
7. Оценить результаты выполнения задач.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 49.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Принципы организации – это исторически сложившиеся базовые исходные положения, лежащие в основе их формирования и функционирования. На основе каждого принципа выводятся определенные требования и рекомендации, нарушение которых или пренебрежение которыми неизбежно приводит к снижению экономической и социальной эффективности организации.

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

Описание принципа		Название принципа	
А.	Образование цепной связки осуществляется путем вхождения посредствующих комплексов между организуемыми.	1.	принцип подвижного равновесия
Б.	Организационные формы никогда не сохраняются в простом и чистом виде. Сохранение является всего лишь результатом того, что каждое из возникающих изменений уравновешивается тут же другим ему противоположным – оно и есть подвижное равновесие изменений.	2.	принцип цепной связи

В.	Всякое событие, всякое утверждение может рассматриваться как сохранение или умножение одних активностей, упрочение и усиление одних связей, устранение, уменьшение, ослабление других в том или ином комплексе, в той или иной системе	3.	принцип развития
Г.	Всякое соединение комплексов происходит через общие звенья, образующие цепную связь. Совокупность общих, совпадающих элементов между комплексами, входящими в цепную связь, образует «связь».	4.	принцип ингрессии
Д.	Организационная целостность любой системы определяется устойчивостью ее относительно слабого звена.	5.	принцип подбора (отбора)
		6.	принцип слабого звена

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 50.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В маркетинговой товарной политике, чтобы определить круг задач и оптимальные пути их решения, необходимо знать жизненный цикл товара.

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

Стадии жизненного цикла товара (ЖЦТ)		Характеристики	
А.	Внедрение	1	Быстрый рост продаж и увеличение прибыли
Б.	Рост	2	Снижение спроса и уменьшение прибыли
В.	Зрелость	3	Высокая конкуренция и стабилизация продаж
Г.	Спад	4	Появление первых образцов продукта на рынке
Д.	Разработка	5	Исследование рынка и создание концепции товара
		6	Снижение спроса, уменьшение прибыли, ликвидация запасов, прекращение выпуска продукции

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 51.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашей компании решено внедрить программу по улучшению корпоративной культуры. В рамках этой программы руководство поставило цель создать более гармоничные условия для труда персонала, снизить

уровень стресса среди сотрудников, повысить эффективность командной работы.

Задание:

1. Обозначить основные задачи, которые необходимо поставить для достижения цели по улучшению корпоративной культуры. Определить круг задач, необходимых для реализации этой цели.

2. Выделить связи между задачами при реализации данной цели, определить их взаимосвязь.

3. Предложить программу по улучшению корпоративной культуры для оптимального распределения задач по уровням и срокам исполнения, чтобы достичь максимальной эффективности в рамках ее реализации.

Ответ:

Задание 52.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ:

При сдаче этапа строительства моста через реку выявилось, что из-за обнаружения неустойчивых грунтов сроки сдвинулись на 3 месяца, а расходы на укрепление фундамента превысили плановые на 40%. Заказчик требует срочного объяснения причин и корректирующих мер.

Задание:

1. Какие факторы вы бы учли при оценке этой ситуации?
2. Как бы вы проанализировали причины превышения бюджета и временных рамок?
3. Приведите примеры возможных действий для улучшения ситуации.

Ответ:

Задание 53.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках прохождения производственной практики руководителем было дано задание – разработать рекомендации по улучшению маркетинговой стратегии компании «ТехноМаркет» с учетом современных цифровых технологий.

Задание:

1. Определите круг задач, которые необходимо решить для достижения поставленной цели, обоснуйте почему выбранные задачи являются необходимыми.

Ответ:

Задание 54.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Вы готовитесь к написанию выпускной квалификационной работы на тему «Разработка маркетинговой стратегии продвижения нового продукта на рынок». Была определена цель работы: разработать эффективную стратегию продвижения для компании «МаркетПро». Теперь необходимо определить круг задач, которые помогут достичь поставленной цели.

Определите ключевую задачу для достижения цели исследования в рамках написания второй главы выпускной квалификационной работы:

А. Провести анализ литературных источников по теме маркетинговых стратегий.

Б. Разработать анкету для опроса сотрудников компании.

В. Провести анализ рынка, конкурентов и потребительского спроса.

Г. Написать теоретическую главу о принципах маркетинга.

Д. Составить список использованных источников.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 55.

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

Компания «ЭкоМебель» (производитель мебели из вторичных материалов) планирует увеличить прибыль на 25% за год за счет выхода на новые рынки. Ограничения: бюджет на расширение – 3 млн руб.; текущие мощности загружены на 80%; конкуренция в B2C-сегменте высокая.

Необходимо выбрать несколько оптимальных способа достижения цели, оценив их эффективность и соответствие проекту, среди которых:

А. Запуск интернет-магазина с доставкой по РФ (затраты: 1,5 млн руб. на разработку и маркетинг).

Б. Партнерство с дизайнерами.

В. Открытие шоу-рума в Москве.

Г. Увеличение цен для роста маржинальности.

Д. Выход на B2B-рынок (офисная мебель для эко-стартапов).

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 56.

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

Компания «ЭкоФуд», специализирующаяся на производстве экологически чистых продуктов, столкнулась с необходимостью выхода на международный рынок. Однако процесс расширения сопровождается рядом ограничений:

жёсткие требования к сертификации продукции в зарубежных странах;

ограниченные финансовые ресурсы для быстрого масштабирования производства;

конкуренция со стороны локальных производителей, уже имеющих лояльную клиентскую базу;

разные предпочтения потребителей на новых рынках, требующие адаптации маркетинговой стратегии.

Руководство компании рассматривает возможные стратегии выхода на новый рынок.

Выберите два подхода к решению данной задачи, которые являются наиболее оптимальными. Обоснуйте свой ответ.

А. Выбор стратегии нишевого маркетинга с акцентом на уникальность продукта и ценность для экологически сознательных потребителей.

Б. Использование франчайзинговой модели для быстрого масштабирования бизнеса с минимальными инвестициями.

В. Применение метода стратегического аутсорсинга для снижения производственных затрат за счёт привлечения сторонних подрядчиков.

Г. Разработка стандартизированной маркетинговой стратегии для всех рынков с целью экономии на адаптации.

Д. Выбор стратегии совместного предприятия (Joint Venture) с локальным партнёром для снижения барьеров выхода и минимизации рисков.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 57.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Для принятия качественного управленческого решения необходимо оценивать предлагаемые условия для выполнения задач на предмет их соответствия целям проекта и ожидаемым результатам.

Укажите и обоснуйте наиболее необходимое условие для обеспечения высокого качества управленческого решения:

А. Четкое формулирование проблемы.

Б. Наличие достаточного количества ресурсов.

В. Вовлеченность всех сотрудников компании.

С. Поддержка руководства.

Д. Регулярный контроль выполнения решения.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 58.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Результат проекта – это измеримый результат в виде нового продукта, услуги, технологии, методики, решения. Вы являетесь менеджером проекта по разработке нового программного обеспечения для администрации города.

Проект завершен, и вы получили результаты в виде отчетов о выполнении, обратной связи от пользователей и анализа затрат и выгод. Вам необходимо представить результаты проекта, а также предложить возможности их использования и/или совершенствования.

Задание:

1. Подготовьте краткий отчет о результатах проекта, указав основные достижения по основным критериям: выполненные задачи и сроки., соответствие бюджету, обратная связь от пользователей.

2. Предложите возможности использования результатов проекта. Рассмотрите, как ваше программное обеспечение может быть внедрено в других отделах или проектах.

3. Предложите направления для совершенствования. Укажите, какие аспекты программного обеспечения могут быть улучшены на основе полученной обратной связи и анализа.

Ответ:

Задание 59.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь менеджером проекта по разработке нового веб-портала для департамента образования городского округа. Проект завершен, и вы собрали данные о его результатах, включая отчеты о выполнении, обратную связь от пользователей и анализ затрат и выгод.

Задание:

1. Подготовить развернутый отчет о результатах проекта, включая: выполненные задачи и сроки, соответствие бюджета, обратная связь от пользователей.

2. Предложить возможности использования результатов проекта в других контекстах или для других целевых групп.

3. Предложить направления для совершенствования веб-портала на основе полученной обратной связи и анализа.

Задание 60.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках написания выпускной квалификационной работы было выявлено, что маркетинговая стратегия компании, которую вы исследуете на следующий год включает в себя запуск нового продукта на рынок – здорового перекуса. При этом компания сталкивается с рядом задач: анализ целевой аудитории, оценка конкурентной среды, ограниченные бюджетные ресурсы и необходимость соблюдения правовых норм в области рекламы пищевых продуктов.

Задание:

1. Назовите основные задачи, которые необходимо решить для успешного запуска продукта, и оптимальные способы их решения, учитывая имеющиеся ресурсы и ограничения.

2. Оцените предложенные способы с точки зрения достижения цели проекта.

Ответ:

Задание 61.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ключевая задача маркетинга компании в бизнес-планировании – определить целевую аудиторию, каналы продвижения и бюджет, обеспечивая оптимальное распределение ресурсов. Планируя реализацию маркетинговых задач, менеджер должен соотносить амбиции компании с ее реальными возможностями, избегая как недооценки, так и избыточных затрат. Эффективный бизнес-план не статичен – он требует регулярного мониторинга и корректировки в зависимости от изменений на рынке. Например, если анализ продаж показывает низкую конверсию в определенном сегменте, маркетинговая стратегия должна быть оперативно пересмотрена с учетом новых данных.

Задание:

1. Как бизнес-планирование помогает минимизировать маркетинговые риски?

2. Какие правовые нормы чаще всего влияют на маркетинговую стратегию в бизнес-плане?

3. Почему важно регулярно корректировать маркетинговый раздел бизнес-плана?

Ответ:

Задание 62.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективный способ планирования реализации проекта в условиях ограниченных ресурсов и действующих правовых норм:

А. Создание резервного фонда.

Б. Разработка детального графика выполнения задач.

В. Оптимизация использования имеющихся ресурсов.

Г. Проведение анализа рисков.

Д. Формирование команды проекта.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 63.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы управляли проектом по созданию экологической платформы для мониторинга качества воздуха в городах. Проект завершился успешно, и

ваша команда собрала данные о результатах, включая отчеты о выполнении, обратную связь от пользователей и анализ затрат и выгод. На основе этих данных вам необходимо:

Задание:

1. Подготовить развернутый отчет о результатах проекта, включая: выполненные задачи и сроки, соответствие бюджета, обратная связь от пользователей.

2. Предложить возможности использования результатов проекта в других контекстах или для других целевых групп.

3. Предложить направления для совершенствования веб-портала на основе полученной обратной связи и анализа.

Ответ:

Задание 64.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы пишете дипломную работу на тему «Оптимизация маркетинговой стратегии для компании «ФитнесМир». Её цель – предложить меры по улучшению привлечения клиентов в фитнес-клубы. Были определены задачи:

1. Провести анализ текущей стратегии.

2. Изучить предпочтения целевой аудитории.

3. Разработать рекомендации по продвижению.

4. Оценить бюджет для реализации предложений.

Задание:

1. Конкретизируйте как организовать выполнение задач, чтобы уложиться в сроки и ресурсы.

2. Опишите какие ограничения нужно учесть при планировании.

Ответ:

Задание 65.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Выберите из перечисленного этап управленческой деятельности, который лучше всего иллюстрирующий умение выполнять задачи менеджмента в зоне своей ответственности в соответствии с запланированными результатами и точками контроля, при необходимости корректируя способы решения задач:

А. Регулярно сверяется с планом выполнения задач.

Б. Проводит анализ рисков и разрабатывает план их минимизации.

В. Вносит изменения в методы работы, если это необходимо для достижения лучших результатов.

Г. Ставит цели и определяет задачи для их достижения.

Д. Мотивирует деятельность работников подразделения в зоне своей ответственности.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 66.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, занимающаяся разработкой программного обеспечения для бизнеса, столкнулась с проблемой невыполнения планов по выпуску нового продукта. В ходе внутреннего анализа были выявлены следующие проблемы:

отставание от графика на 3 месяца из-за нехватки разработчиков;

ограниченный бюджет, не позволяющий нанять дополнительный персонал;

низкая мотивация сотрудников из-за высокой нагрузки и отсутствия премиальной системы;

риск потери ключевых клиентов, ожидающих запуск продукта в установленные сроки.

Руководству необходимо определить оптимальные способы решения этих задач, учитывая ограниченные ресурсы и необходимость контроля промежуточных результатов.

Задание:

Как руководитель стратегического проекта предложите конкретный план действий, включающий:

определение ключевых задач, необходимых для достижения цели;

выбор методов их решения, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений;

определение контрольных точек для мониторинга прогресса;

возможные корректировки стратегии в случае отклонений от плана.

Ответ:

Задание 67.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашей команде, которая работает над важным проектом, все участники должны придерживаться установленных правил командной работы. Вам, как участнику проекта, необходимо соблюдать эти правила для эффективной работы, взаимодействовать с коллегами и нести ответственность за выполнение своей части задачи. Руководство компании установило несколько ключевых норм командной работы (открытое общение с обязательным обменом информацией между членами команды; ответственность за выполнение задач; соблюдение этики взаимодействия; гибкость в зависимости от ситуации). Проектный срок близится к завершению, и несмотря на ваши усилия, возникает несколько проблем (замедление темпа работы, кто-то из коллег не выполняет свои задачи вовремя, общение в команде становится менее открытым).

Задание:

1. Обосновать предпринимаемые шаги в аспекте соблюдения норм командной работы и гарантий успешного результата проекта.

2. Указать личную ответственность в процессе выполнения проекта.

3. Установить действия для восстановления открытого общения в команде и улучшения взаимодействия между участниками.

Ответ:

Задание 68.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В ходе производственной практики Ваша команда работает над важным проектом, и один из участников (Иванов И.И.) постоянно опаздывает на собрания, не выполняет свои задачи в срок. Другой из членов команды чувствует себя изолированным и не вовлечен в обсуждения (Бобров В.В.). Он активно избегает общения с остальными, что сказывается на его производительности. Это начинает оказывать негативное влияние на рабочую атмосферу и продуктивность команды.

Задание:

1. Определить меры по решению ситуации, связанной с участником Ивановым И.И. с учетом причин такого поведения и сохранения уважения к нему.

2. Предложить пути мотивации участника Боброва В.В. к активному взаимодействию и интеграции его в командный процесс.

Ответ:

Задание 69.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы пишите дипломную работу на тему «Влияние социальных сетей на потребительское поведение». В процессе работы столкнулись с необходимостью определить, какие методы исследования будут наиболее эффективными для достижения поставленных целей, а также как учитывать действующие правовые нормы в области маркетинга и защиты данных.

Задание:

1. Назовите методы исследования, которые вы считаете наиболее подходящими для темы дипломной работы.

2. Определите, как вы планируете учитывать правовые нормы и ограничения, связанные с использованием данных в исследовании.

Ответ:

Задание 70.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «GreenLife», производитель экологичной бытовой химии, готовится к выводу на рынок нового средства для мытья посуды. В бизнес-плане заложен бюджет на маркетинг, определены целевая аудитория

(женщины 25-45 лет, заинтересованные в экопродукции) и основные каналы продвижения (соцсети, коллаборации с эко-блогерами, локальная реклама в магазинах). После месяца продаж маркетолог анализирует данные: охват в соцсетях высокий, но конверсия в покупки ниже ожидаемой, при этом оффлайн-продажи в специализированных магазинах показывают хороший спрос.

Вам необходимо представить результаты руководству, объяснить расхождения в эффективности каналов и предложить корректировки маркетинговой стратегии.

Задание:

1. Почему конверсия в онлайн-продажах оказалась ниже прогнозируемой, несмотря на широкий охват?
2. Как можно использовать успех оффлайн-продаж для усиления маркетинговой стратегии?
3. Какие изменения в бизнес-плане следует внести, чтобы повысить общую эффективность продвижения продукта?

Ответ:

Задание 71.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Успех проекта – это получение сторонами результатов, оправдывающих их ожидания, достижение целей и выполнение требований. Вы назначены руководителем проекта по организации мероприятий в честь празднования Дня города. Вам необходимо обеспечить слаженную работу команды для успешного проведения праздника.

Задание:

1. Опишите, как соблюдение норм и правил командной работы влияет на успех проекта.
2. Объясните, как вы лично несете ответственность за результат работы команды.

Ответ:

Задание 72.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы стажируетесь в компании, которая является крупным производителем косметики «BeautyGlobal». Она планирует запуск новой линейки органической косметики «EcoBloom», ориентированной на экологически осознанных потребителей. Это первый подобный проект для компании, которая ранее специализировалась на традиционной косметике. Цель – занять лидирующие позиции в сегменте органической косметики в течение 3 лет.

Задание:

1. Опишите три наиболее важных стратегические маркетинговые задачи, которые необходимо решить в рамках управления проектом «EcoBloom».

2. Назовите три ключевых показателя эффективности (KPI), которые следует использовать для отслеживания успеха проекта «EcoBloom». Обоснуйте выбор этих KPI и опишите, как часто их следует измерять.

Ответ:

Задание 73.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы готовитесь к защите дипломной работы на тему «Разработка стратегии продвижения нового продукта для компании «ЭкоЛайф». Был проведен анализ рынка, изучена целевая аудитория и разработан план продвижения. Результаты работы включают рекомендации по использованию социальных сетей, предложения по внедрению программы лояльности и оценку бюджета для реализации стратегии.

Задание:

1. Опишите, как можно представить результаты работы, чтобы подчеркнуть их практическую ценность для компании.
2. Обоснуйте, почему программа лояльности является важным элементом предложенной стратегии.
3. Выявите возможности для совершенствования предложенной стратегии продвижения.

Ответ:

Задание 74.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Выберите из перечисленных один вариант ответа, который лучше всего иллюстрирует умение определять свою роль в социальном взаимодействии и командной работе, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели:

А. Определяет свои сильные и слабые стороны и ищет возможности для их использования в команде.

Б. Берёт на себя инициативу и пытается выполнить все задачи самостоятельно.

В. Игнорирует мнение других членов команды и сосредотачивается только на своих обязанностях.

Г. Просто выполняет распоряжения руководителя, не задумываясь о своём вкладе в общую работу.

Д. Делегирует полномочия подчиненным.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 75.

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

Вы являетесь руководителем отдела в крупной компании и столкнулись с задачей формирования новой рабочей группы для выполнения важного проекта. Перед вами стоит задача определить свою роль в процессе социального взаимодействия и командной работы, чтобы обеспечить успешное сотрудничество и достижение поставленных целей.

Выберите три роли, которые, по вашему мнению, будут наиболее эффективны в данной ситуации, и аргументированно объясните свой выбор.

А. Координатор - организует взаимодействие между членами команды.

Б. Мотиватор - поддерживает высокий моральный дух команды.

В. Контролёр - следит за соблюдением сроков и стандартов качества.

Г. Фасилитатор - создает условия для продуктивных обсуждений и принятия решений, устраняя возможные препятствия и способствуя разрешению конфликтов.

Д. Стратег - разрабатывает долгосрочные планы и стратегии.

Е. Коммуникатор - устанавливает эффективные каналы общения внутри команды и с внешними заинтересованными сторонами.

Ж. Наставник - делится своими знаниями и опытом с членами команды.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 76.

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

Социализация – это процесс, в ходе которого индивид усваивает нормы, ценности, поведенческие шаблоны и социальные роли, которые необходимы для функционирования в обществе. Разные социологические теории предлагают различные взгляды на этот процесс. Важно понимать, какие из них объясняют процесс социализации, а какие – скорее касаются других аспектов социальной жизни. Выберите две правильные теории, которые объясняют процесс социализации индивида и обоснуйте свой выбор:

А. Теория социального обмена.

Б. Теория социального конфликта.

В. Теория научного социализма.

Г. Теория символического взаимодействия.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 77.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Эффективное управление требует четкого понимания как своей роли, так и ролей остальных членов команды.

Вы проходите производственную практику в качестве менеджера в компании, занимающейся разработкой программного обеспечения. Ваша команда получила новый проект по созданию мобильного приложения для крупного клиента. Команда состоит из разработчиков, дизайнеров, тестировщиков и аналитиков. Проект имеет жесткие сроки и требует высокой степени сотрудничества между всеми участниками. Ваша задача – определить свою роль в проекте и организовать работу команды таким образом, чтобы все участники понимали свои задачи и могли эффективно взаимодействовать для достижения общей цели.

Задание:

1.Опишите какую роль вы возьмете на себя в этом проекте, исходя из стратегии сотрудничества.

2. Приведите действия, которые вы предпримете для обеспечения эффективного взаимодействия между членами команды.

3. Предложите инструменты мотивирования членов команды на достижение общей цели.

Ответ:

Задание 78.

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

Вы работаете в команде над важным проектом. Один из ваших коллег предлагает нестандартный подход к решению проблемы, который отличается от общепринятого.

Выберите Ваше верное действие в данном случае из предложенных ниже:

А. Поддержите предложение коллеги, даже если считаете его менее эффективным, чтобы поддержать командный дух.

Б. Подвергните критике предложение коллеги, чтобы показать его недостатки перед командой.

В. Обсудите предложение коллеги с ним лично, чтобы лучше понять его идеи и найти компромисс.

Г. Игнорируете предложение коллеги, поскольку уверены, что Ваш метод решения проблемы является лучшим.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 79.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела рекламы. В вашем отделе работают сотрудники разного возраста, опыта и культурных особенностей. Ваша команда столкнулась с проблемой: один из сотрудников, П.П. Петров, часто пропускает встречи и не соблюдает сроки выполнения задач, что негативно сказывается на общем результате работы команды. Остальные члены команды начинают выражать недовольство ситуацией. Вам нужно найти решение этой проблемы таким образом, чтобы учесть интересы всех членов команды и сохранить продуктивность работы коллектива

Задание:

1. Перечислите шаги, которые вы предпримете для решения данной проблемы

2. Опишите эти шаги.

3. Поясните, почему именно эти шаги будут эффективными

Ответ:

Задание 80.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе работы в группе часто возникают различные ситуации, в которых члены команды должны взаимодействовать друг с другом, принимая во внимание особенности поведения и интересы каждого участника. Представьте, что вы являетесь частью команды, занимающейся разработкой нового проекта в вашей компании. Команда состоит из людей с разными подходами к выполнению задач, различными стилями общения и уровнями мотивации. В процессе работы вы столкнулись с несколькими ситуациями, которые требуют вашего вмешательства.

Задание:

1. Один из членов команды регулярно игнорирует мнения и идеи других участников, предпочитая продвигать только собственные предложения. Найти пути решения данной ситуации, учитывая необходимость уважения к мнению других людей и сохранения эффективного взаимодействия внутри команды.

2. Ваша команда разделена на два лагеря, каждый из которых имеет разные взгляды на стратегию выполнения проекта. Предложить подходы к решению конфликта, чтобы сохранить гармонию в группе и обеспечить успешную работу над проектом.

Ответ:

Задание 81.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Социальная мобильность – это процесс изменения индивидом или группой своего социального положения, что может быть связано с изменением уровня доходов, образования, профессии или других социальных факторов.

Установите логическую последовательность этапов социальной мобильности.

1. Изменение социального статуса или положения индивида в обществе.
2. Социальные факторы, влияющие на мобильность (образование, профессия, доход).
3. Индивид или группа сталкиваются с препятствиями для изменения социального положения.
4. Принятие нового социального статуса и роль в обществе.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 82.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите производственную практику. Вас назначили руководителем проекта в крупной компании. В вашем подчинении находится команда из пяти человек с разными профессиональными навыками и опытом работы. Вам предстоит провести совещание по обсуждению плана действий на ближайший месяц. Однако вы замечаете, что один из членов команды, Иван, часто проявляет пассивность на совещаниях и редко высказывает свое мнение. При этом вам известно, что Иван обладает ценными идеями и знаниями, которые могли бы существенно улучшить результаты работы команды.

Задание:

1. Опишите действия, которые вы предпримете перед началом совещания, чтобы стимулировать Ивана к активному участию.
2. Назовите методы, которые вы будете использовать для поддержания интереса и вовлеченности всех участников команды во время самого совещания.
3. Перечислите методы, с помощью которых вы будете поддерживать интерес и вовлеченность всех участников команды после совещания для получения обратной связи от Ивана и других членов команды.

Ответ:

Задание 83.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела маркетинга в компании. Один из ваших сотрудников регулярно нарушает сроки сдачи проектов, хотя имеет достаточно опыта и квалификации для выполнения работы вовремя. Это уже привело к задержкам в нескольких проектах и негативно сказалось на репутации вашего отдела перед руководством компании.

Задание:

1. Перечислите ваши действия поэтапно.

2. Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 84.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Конфликт в социологии рассматривается как неотъемлемая часть общественных отношений, проявляющаяся в столкновении интересов различных групп или индивидов. Вопросы теста помогут вам разобраться в основных этапах и процессах, связанных с возникновением, развитием и разрешением социальных конфликтов.

Установите правильную последовательность этапов социального конфликта.

1. Обострение конфликта и усиление противоречий между сторонами.
2. Признание существования конфликта всеми участниками.
3. Появление и осознание противоречий между социальными группами или индивидами.
4. Разрешение конфликта через переговоры или компромисс.
5. Развитие действий, направленных на разрешение конфликта (например, посредничество).
6. Прекращение конфликта, восстановление социальных связей.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 85.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Социальная стратификация – это процесс разделения общества на разные социальные слои, группы или классы, которые различаются по доступу к ресурсам, правам, привилегиям и статусу. Теории социальной стратификации помогают объяснить, как и почему существует неравенство в обществе, какие механизмы способствуют формированию различных слоев, и как это неравенство влияет на поведение и взаимоотношения индивидов. В рамках социологии существует несколько ключевых теорий, каждая из которых по-своему объясняет процессы стратификации и неравенства.

Выберите из ниже предложенных вариантов основателя теории социальной стратификации:

А. Эмиль Дюркейм.

Б. Макс Вебер.

В. Карл Маркс.

Г. Пьер Бурдьё.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 86.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в качестве руководителя маркетингового департамента крупной международной корпорации. В вашей компании происходит слияние отдела маркетинга и отдела рекламы, и вам поручено провести реорганизацию структуры таким образом, чтобы минимизировать конфликты между сотрудниками и обеспечить максимальную эффективность работы объединенной команды. Однако сотрудники отдела маркетинга имеют тенденцию к индивидуализму и предпочитают работать автономно, тогда как отдел рекламы привык к коллективному взаимодействию и командной работе. Вам нужно разработать стратегию интеграции, учитывая эти различия, чтобы избежать конфликтов и построить эффективное взаимодействие в новой структуре.

Задание:

1. Какую стратегию вы выберите?
2. Обоснуйте свой выбор.
3. Предложите конкретные шаги для реализации стратегии.

Ответ:

Задание 87.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе работы в команде обмен информацией, знаниями и опытом является важным элементом для достижения поставленных целей. Однако, для успешной работы команды важно, чтобы каждый участник активно делился своими идеями, прислушивался к мнениям других и использовал полученные данные для улучшения общей работы. Рассмотрим следующую ситуацию, в которой необходимо учитывать важность обмена информацией и правильной оценки идей коллег.

Задание:

1. Во время обсуждения нового этапа проекта в вашей команде один из участников предложил идею, которая, на ваш взгляд, не вполне подходит для реализации. Однако, предложение этого человека вызвало интерес у других участников. Ваши действия в этой ситуации, чтобы оценить идею объективно и при этом не подавить инициативу коллеги.

2. В процессе работы над проектом один из членов команды часто не делится важной информацией, которая может повлиять на конечный результат. Это создает проблемы в командной работе и задержки в проекте. Ваши действия при решении проблемы и создания атмосферы открытого обмена информацией в команде.

Ответ:

Задание 88.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша команда работает над проектом, срок завершения которого приближается. Один из участников предложил новаторскую идею, которая может значительно улучшить результаты, но она требует значительных изменений в текущем процессе работы. Вы сомневаетесь в её осуществимости и хотите обсудить с командой.

Задание:

1. Предложить пути обмена информацией с коллегами по поводу предложенной идеи?

2. Определить методы и подходы, благодаря которым все члены команды могут высказать своё мнение и предложить улучшения.

Ответ:

Задание 89.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Социальная стратификация – это процесс разделения общества на разные социальные слои, группы или классы, которые различаются по доступу к ресурсам, правам, привилегиям и статусу. Теории социальной стратификации помогают объяснить, как и почему существует неравенство в обществе, какие механизмы способствуют формированию различных слоев, и как это неравенство влияет на поведение и взаимоотношения индивидов. В рамках социологии существует несколько ключевых теорий, каждая из которых по-своему объясняет процессы стратификации и неравенства.

Кто является основателем теории социальной стратификации?

А. Эмиль Дюркейм.

Б. Макс Вебер.

В. Карл Маркс.

Г. Пьер Бурдьё.

Д. Филип Котлер.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 90.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – стажер в торговой компании. Ваша команда работает над инновационным проектом, и один из членов команды предлагает нестандартный подход к решению возникшей проблемы. Однако, этот подход вызывает разногласия в команде, так как не все согласны с предложением. Вам необходимо провести обсуждение и оценить идею с учётом мнений всех участников.

Задание:

1. Предложить пути по организации обсуждения нестандартной идеи, чтобы обеспечить уважение мнений всех участников и прийти к конструктивному решению.

2. Определить критерии для оценки предложенной идеи, чтобы учитывать, как инновационность подхода, так и риски, связанные с его реализацией.

3. Обосновать способы мотивации членов команды, которые не согласны с предложением, чтобы они выражали свои опасения и предложения без чувства давления или излишней критики.

Ответ:

Задание 91.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Эффективное управление командой является ключевым аспектом достижения целей организации. Командная работа предполагает совместную деятельность членов команды для достижения общих целей, что требует от менеджера умения мотивировать, организовывать и контролировать работу команды.

Соотнесите понятия командной работы в менеджменте с их определениями.

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

Понятия командной работы в менеджменте		Определения	
А	Профессиональная этика	1	Совместная деятельность членов команды для достижения общих целей и задач
Б	Личная ответственность	2	Набор принципов и норм, регулирующих поведение сотрудников в организации.
В	Делегирование полномочий	3	Ответственность за качество и результаты своей работы, включая признание ошибок и их исправление.
Г	Управление результатами	4	Процесс распределения задач и полномочий между членами команды для достижения общих целей.
Д	Командная работа	5	Процесс контроля и оценки результатов работы для обеспечения соответствия целям организации.
		6	Умение, готовность и способность своевременно справляться с поставленной задачей, которая может быть предписана законом, положением, инструкцией, регламентом или устным указанием.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 92.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашей команде разработчиков поставлен проект с жестким сроком выполнения. Вы – руководитель проекта, в ходе работы возникает несколько проблем (недостаточная коммуникация между участниками команды,

расхождения в понимании поставленных задач, задержка в выполнении отдельных этапов). Несколько членов команды начинают проявлять пассивность в процессе работы, не выполняя задачи в срок. Вам предстоит найти способы решения этой ситуации с учетом норм командной работы и ответственности каждого участника.

Задание:

1. Определить векторы организации взаимодействия в команде, чтобы устранить проблему с недостаточной коммуникацией.

2. Предложить меры для повышения ответственности членов команды за выполнение своих задач, а также обеспечения личной ответственности за результат каждого участника проекта.

3. Обосновать пути разрешения ситуации с пассивными участниками команды, которые не выполняют свою часть работы, определить подходы и инструменты для мотивации этих сотрудников?

Ответ:

Задание 93.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При прохождении производственной практики в вашей команде маркетологов и дизайнеров обсуждается концепция рекламной кампании для нового продукта. Маркетолог ориентируется на исследование рынка и числовые данные, в то время как дизайнер акцентирует внимание на креативности и визуальной привлекательности. Оба имеют противоположные взгляды на подход к созданию рекламы, что приводит к затягиванию принятия решений и напряженности в команде. Ваша задача – эффективно организовать работу и взаимодействие между участниками, принимая во внимание их различия.

Задание:

1. Определить шаги для учета интересов маркетолога и дизайнера в процессе работы.

2. Предложить пути управления конфликтами, возникающими вследствие противоположных подходов членов команды.

3. Обосновать направления обеспечения продуктивного взаимодействия между участниками команды в будущем для предотвращения подобных конфликтов и ускорения принятия решений.

Ответ:

Задание 94.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Every business wants to have the most skilled, tented, competent, and promising employees. That is why big corporations often use the services of special firms that look for such prospective employees, and try to recruit them for their customer company.

Such firms and people working in them are informally called headhunters, and their job has the informal name of headhunting.

Headhunters do some of their recruiting in colleges and universities, picking the most promising students. Headhunting begins with research of potential candidates.

Headhunters often employ various resources, including industry reports, professional networks, and online platforms, to compile a list of potential candidates.

Название понятия или процесса		Описание понятия или процесса	
1.	Prospective employee.	А.	Online services that allow users to connect with each other through various means such as chat rooms, messaging, video calls, and sharing of information.
2.	Headhunter.	Б.	A person who finds job candidates on behalf of employers.
3.	Online platforms.	В.	Someone who is not yet an employee, but wants to be.
4.	Recruiting.	Г.	The process of employing new people to work for a company or organization
5.	Professional networks.	Д.	The act of building and maintaining relationships with other professionals in one's field or industry, with the goal of exchanging information, knowledge, and resources.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 95.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В данном задании необходимо установить соответствие между предложением, содержащим стилистический недочёт и названием стилистической ошибки.

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

	Предложение, содержащее стилистическую ошибку		Название стилистической ошибки
А.	Данные замечания следует адресовать в адрес обслуживающей организации	1.	Нарушение лексической сочетаемости
Б.	В связи с обнаруженными недочётами рекомендую повысить подготовку специалистов вышеуказанных подразделений	2.	Неправильный выбор паронима (схожего по звучанию слова)

В.	Я вернулся на своё рабочее место, отдал распоряжения в соответствии со сложившейся ситуацией и предпринял меры для проведения запланированных работ.	3.	Нарушение устойчивого сочетания
Г.	Рекомендуем исключить зарубежные командировки и поездки своих сотрудников в другие страны.	4.	Использование неоправданной тавтологии (однокоренных слов)
		5.	Использование неоправданного плеоназма (слов, похожих по смыслу)

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 96.

Прочитайте текст и установите соответствие.

The mass media play an important part in our lives. Newspapers, radio and especially TV inform us of what is going on in this world and give us wonderful possibilities for education, entertainment, and communication. They also influence the way we see the world.

It is true that the world today is full of dramatic events, and most news seems to be bad news, but people aren't interested in ordinary events anymore. That is why there are so many TV programmes and articles about natural disasters, plane crashes, wars, murders and robberies. Good news doesn't usually make headlines.

There are many serious journalists and TV reporters who try to be as fair and professional as possible.

One main source of news for millions of people is television. Besides, it is much more difficult for politicians to lie in front of the cameras than on the front pages of newspapers.

Newspapers don't react to events as quickly as TV does, but they usually provide us with extra details, comments and background information. The internet has recently become another important source of information.

Название понятия или процесса		Описание понятия или процесса	
1.	Source	А.	relating to work that needs special training or education
2.	Professional	Б.	the place where something comes from
3.	Disasters	В.	an event that results in great harm, damage, or death, or serious difficulty:
4.	Education	Г.	newspapers, television, radio, and the internet
5.	Mass media	Д.	the process of teaching or learning, especially in a school or college, or the knowledge that you get from this

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 97.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргумент, обосновывающий выбор ответа.

Customers might not think about competition when they're walking through the grocery store or making an online purchase, but it happens to be a cornerstone of business and the free economy that impacts every single thing that's bought and sold. Technically, competition consists of the cumulative force of actions taken by companies. But really, competition is simply what allows businesses to try and get ahead of each other, and consumers to get the best possible value.

What is competition in business?

А. An annual physical competition between company executives

Б. Steps taken by companies to enlarge their profits and consumers to get the best possible value success.

В. One of the most important business elements, and one that's responsible for drastically reducing prices

Г. Competition is selling and buying.

Д. Competition is an element of free economy.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 98.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В процессе взаимодействия с партнёром используются приемлемые вербальные и невербальные средства общения, принятые в деловом стиле. Вербальные средства взаимодействия с партнёром – это речь, письменная и устная. Невербальные средства взаимодействия с партнёром – это средства, которые не предусматривают использование естественной языковой речи.

Задание:

Назовите основные невербальные средства общения и коротко охарактеризуйте их.

Ответ:

Задание 99.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргумент, обосновывающий выбор ответа.

Millions of people all over the world spend their holidays travelling. They travel to see other countries and continents, modern cities and the ruins of ancient towns, they travel to enjoy splendid places, or just for a change of scene. It is always interesting to discover new things, different ways of life, to meet different people, to try different food, to listen to different musical rhythms.

Thanks to different type of transport, we can realize all this. People can travel by train, by plane, by boat, by car etc. All ways of travelling have their advantages and disadvantages. And people choose one according to their plans and destinations.

А. People do not travel at all. They like sitting at home.

Б. People choose different transports for holidays travelling.

В. People travel to see modern cities only.

Г. Boat is the most popular type of transport.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 100.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В процессе решения коммуникативных задач содержание официально-делового выступления перед аудиторией, играет важнейшую роль для его эффективности. Поэтому оратор должен собрать интересный и полезный для аудитории материал. Чтобы выступление получилось содержательным, лучше, использовать не один источник предлагаемого материала, а несколько.

Из перечисленных вариантов выберите тот источник, использование которого нежелательно в процессе подготовки речи. Ответ аргументируйте.

А. Научная и научно-популярная литература

Б. Материалы, помещенные на официальных сайтах организаций

В. Официальные документы

Г. Сведения из домовых чатов мессенджера Telegram

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 101.

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

Every company needs an organizational structure – whether they realize it or not. The organizational structure is how the company delegates roles, responsibilities, job functions, accountability and decision-making authority. The organizational structure often shows the “chain of command” and how information moves within the company. Having an organizational structure that aligns with your company’s goals and objectives is crucial. This article describes the various types of organizational structures, the benefits of creating one for your business and specific elements that should be included.

Employees want to understand their job responsibilities, whom they report to, what decisions they can and should make and how they interact with other people and teams within the company. An organizational structure creates this

framework. Organizational structures can be centralized or decentralized, hierarchical or circular, flat or vertical.

Why is an Organizational Structure important?

A. Organizational Structure is important for employers only.

Б. Organizational Structure is crucial for all companies.

B. It is important because of job responsibilities.

Г. Nobody cares about company structure, people just work.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 102.

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

Logistics is a vital part of running a business smoothly. It's all about carefully planning, putting plans into action, and overseeing the smooth movement and storage of goods, services, and information. From where things start to where they're needed, logistics ensures things run efficiently. It covers many tasks, ensuring products and services flow seamlessly through the entire supply chain, from the starting point to where they're used or consumed, the movement and storage of goods, services, and information. It's the organized effort that keeps everything moving in the right direction.

Why is Logistics Important?

A. It allows people to sell.

Б. It improves country’s economy.

B. It helps company to plan.

Г. It includes different elements.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 103.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Основным методом коммуникативных технологий является коммуникативное воздействие. Коммуникативное воздействие – это поведение человека или группы лиц, выраженное в передаче знаковых сообщений, которое имеет целью (или следствием) изменение поведения, когнитивной и эмоциональной сфер другого человека (группы людей). В свою очередь, мощным орудием коммуникативного воздействия является язык. Существуют несколько основных функций языка. Назовите эти функции и кратко охарактеризуйте их.

Ответ:

Задание 104.

Прочитайте текст и установите последовательность действий.

In the culture of English-speaking countries, there is a strict etiquette for writing business letters. Following these rules in letters demonstrates professionalism, respect for the recipient and helps to build strong business relationships and long-term work.

1. Yours sincerely,
2. H. Merton
   Sales Manager
3. Thank you for your enquiry of 28 June 1n which you expressed an interest in retail1ng a selection of our products in your shops in Haney. Please f1nd enclosed our catalogue and price list
4. Glaston Potteries Ltd
   Clayfield
   Burnley BB10 RIQ
5. 2 July 20024
6. Dear Mr Morreau

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 105.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Здравствуйте, Игорь Павлович, благодарим Вас за согласие на встречу. Подтверждаем, что встреча состоится 28.02.2025 в 14.30 в нашем офисе по адресу г. Донецк, ул. Щорса 26 б. Если у Вас возникнут вопросы или изменения в планах, пожалуйста, сообщите нам.

С уважением, Смирнова Татьяна заведующий лабораторией социальных исследований

Тел.: +7949XXXXXXX

Задание:

Определите жанр официально-делового текста. Докажите по социально-содержательным особенностям стилевым и речевым чертам, что данный фрагмент текста относится к официально-деловому стилю речи.

Ответ:

Задание 106.

Прочитайте задание и запишите развернутый и обоснованный ответ.

Wiscount International is a well-known company that sells clothing items for men and women. You are in urgent need of some items of clothes. You need stylish jacket for men 250 items and for women – 350 items. The company wants to write an official letter about the delivery of urgent goods.

Task:

1. What type of letter should a company write to its supplier?
2. List the main points that should be in the letter.

Ответ:

Задание 107.

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

Choose four stylistic techniques from the suggested ones that are appropriate in business correspondence with marketing clients:

А. Using professional jargon without explanation

Б. Emphasizing the advantages of the offer with the help of specific figures and facts

В. Expressing confidence in the success of cooperation

Г. Avoiding complex grammatical constructions

Д. Using humor and irony

Е. Demonstrating an understanding of the recipient's needs

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 108.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Прочитайте следующие предложения, относящиеся к официально-деловому стилю, в которых допущены ошибки при выборе лексических единиц (слов и словосочетаний).

В планах строительства объекта воздвижение здания школы и завершение всех отделочных работ к сентябрю 2025 года.

Московское школьное образование находится на передовой футуристического фронта.

Запишите аргументированный развёрнутый ответ на вопрос: в чём именно проявляется ошибочность выбора лексических единиц.

Ответ:

Задание 109.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

There are many ways of spending holidays. Some people like going to the country, others prefer sitting at home and watching TV all day long. But more and more people travel. There are many reasons for travelling. Some people travel on business, others travel to visit their families, but most people travel to see the world and different countries.

Task:

What are the different ways to travel the world?

Ответ:

Задание 110.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Особенности делового перевода определяются типом текста и содержащейся в нём информацией. Деловые тексты достаточно однородны по своим типологическим признакам. Комплекс средств, который для них характерен, обеспечивает полноценную передачу информации её получателю.

Задание:

Назовите основные признаки официально-делового текста и коротко их охарактеризуйте.

Ответ:

Задание 111.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Effective communication is crucial in international negotiations. Cultural nuances significantly impact interpretation; direct communication styles may be perceived as aggressive in some cultures, while indirectness can lead to misunderstandings. Clear, concise language, active listening, and patience are essential. Nonverbal cues must be carefully considered, and utilizing interpreters when necessary ensures accurate message transmission. Building rapport and trust fosters productive dialogue.

Задание:

1. How can negotiators overcome communication barriers stemming from cultural differences?

2. What role does active listening play in successful international negotiations?

Ответ:

Задание 112.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Globally, it is a common practice for employees, managers, and other people involved in a business to offer money or gifts to potential clients for the purpose of securing their business. It may be money, property or objects of value.

Answer the questions:

1. What is bribery?
2. Can bribing be considered as ethical behavior?
3. What is bribery at workplace?

Ответ:

Задание 113.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При прохождении производственной практики на зарубежном предприятии Вам поручено перевести годовой отчет компании за прошлый год с английского языка на русский для публикации на русскоязычном сайте и предоставления заинтересованным российским инвесторам.

В отчете встречаются следующие типичные для подобных документов элементы:

- финансовая терминология (e.g., equity, EBITDA, accrued expenses, cash flow statement);
- юридические формулировки (e.g., due diligence, compliance, force majeure, intellectual property);
- маркетинговые заявления и позиционирование компании (e.g., sustainable growth, market leadership, innovative solutions);
- статистические данные и графики (объемы производства, экспорт, рентабельность и т. д.);

Задание:

Опишите конкретные трудности, которые могут возникнуть при переводе такого документа, а также определите их возможные пути решения, которые вы будете использовать для их преодоления, чтобы обеспечить точность, ясность и соответствие русскоязычной аудитории.

Ответ:

Задание 114.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Banks play a vital role in modern society, facilitating financial transactions and providing essential services. From everyday banking like depositing and withdrawing money to securing loans for major purchases like homes and cars, banks are integral to personal finance. They offer savings accounts to help individuals save for the future and investment opportunities to grow their wealth. Furthermore, banks provide crucial services to businesses, supporting economic growth and job creation. Understanding how banks function is key to managing personal finances effectively.

Task:

Describe the different types of services banks offer individuals to help them manage their money.

Ответ:

Задание 115.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для решения коммуникативной задачи необходимо обладать достаточным уровнем культуры речи. Культура речи состоит из трёх

компонентов: нормативного, коммуникативного и этического.

Задание:

1. Назовите и коротко охарактеризуйте элементы, входящие в коммуникативный компонент речи.

Ответ:

Задание 116.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Describe some of the key skills and qualities that interviewers look for in candidates for manager positions.

Ответ:

Задание 117.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Explain why it is important to ask questions during an interview for a manager position.

Ответ:

Задание 118.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В ходе практики вы выполняете роль аналитика в крупной ритейл-компании «BestGoods». В последние два года наблюдается стагнация роста онлайн-продаж, а в некоторых категориях даже падение. Руководство обеспокоено этой тенденцией, особенно на фоне растущей конкуренции со стороны других онлайн-платформ. Вам поручено подготовить доклад для выступления перед топ-менеджментом, в котором необходимо проанализировать ситуацию, выявить ключевые проблемы и предложить конкретные решения по стимулированию роста онлайн-продаж.

Задание:

Учитывая ограниченное время на подготовку и широкий спектр возможных факторов, влияющих на ситуацию, предложите структуру доклада и ключевые аспекты, которые обязательно нужно включить в анализ, чтобы наиболее эффективно представить ситуацию руководству и предложить действенные решения. Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Задание 119.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Эпоха XVII в. в России была периодом политической нестабильности, крестьянских восстаний и иностранных вторжений, известным как Смутное

время. Несмотря на это, век ознаменовался важными переменами в экономике, политике и русской культуре.

Опираясь на исторические знания, расположите в правильной хронологической последовательности исторические события, относящиеся к XVII в.

1. Крестьянская война Степана Разина
2. Церковная реформа Никона
3. Избрание Михаила Романова царем
4. Соборное уложение Алексея Михайловича
5. Присоединение Левобережной Украины

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 120.

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

В 1848-1849 гг. Европу захлестнула революционная волна, которая получила название *«весна народов»*. Волнения, вспыхнувшие сразу в нескольких государствах движения, носили антифеодальный и национально-освободительный характер.

Катализаторами общеевропейской революции стали выступление 12 января 1848 года на Сицилии. Волнения охватили Францию, итальянские (Сардинию, Неаполь) и германские государства, а также Австрию, в которой активизировались национальные движения итальянцев, венгров, хорватов, словаков и румын.

Выберите какие три из этих причин были объективными и стали толчком для начала «весны народов»:

А. Ухудшение экономической ситуации.

Б. Стремление различных слоёв населения ликвидировать феодальные пережитки прошлого.

В. Необходимость выхода на новые рынки сбыта.

Г. Желание перемен и стремление некоторых народов обрести национальное государство.

Д. Нерешённые территориальные вопросы после Наполеоновских воин.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 121.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Отрывок из исторического источника.

«20 августа великий князь выступил из Коломны и, пройдя границы своего княжества, стал на Оке, осведомляясь о движениях неприятельских.

<...> Видя все полки свои в сборе, князь велел переправляться через Оку; в воскресенье... 1 сентября переправилось войско, в понедельник переехал сам великий князь, и шестого сентября достигли Дона. Тут приспела грамота от преподобного игумена, благословение от святого старца идти на татар. <...> Часу в двенадцатом начали показываться татары: они спускались с холма на широкое поле; русские тоже сошли с холма, и сторожевые полки начали битву, какой ещё никогда не бывало прежде на Руси: говорят, что кровь лилась, как вода, на пространстве десяти вёрст, лошади не могли ступать по трупам, ратники гибли под конскими копытами...»

Вопросы:

1. О какой битве идет речь в тексте? Каков был ее исход для Руси?

2. Под руководством какого князя она состоялась и как звали старца, благословивший князя на битву?

Ответ:

Задание 122.

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

Признание и уважение культурного многообразия в образовании, на рабочем месте и в повседневной жизни имеет важное значение для построения открытого и инклюзивного общества, в котором каждый человек ценится и уважается. Эффективная межкультурная коммуникация играет при этом важную роль

Выберите и обоснуйте два наиболее привлекательных из предложенных основных аспектов эффективной межкультурной коммуникации:

А. Дифференцированный подход к обучению.

Б. Развитие коммуникативных навыков.

В. Уважение к различиям.

Г. Общение с друзьями и знакомыми.

Д. Изучение культуры.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 123.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Во второй половине XIX в. на арену политической жизни России вступает пролетариат. Рабочее движение оказывает все большее влияние на общественно-политическую жизнь страны. Характерные особенности движения в России в рассматриваемые годы — распространение марксизма и формирование революционных партий.

Задание:

1. Раскройте смысл понятия «марксизм».

2. Приведите один исторический факт, конкретизирующий данное понятие применительно к истории России.

Ответ:

Задание 124.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Христианство возникло в I веке н.э. в Римской империи как движение внутри иудаизма, но вскоре стало самостоятельной религией. В начале своего существования христианство столкнулось с преследованиями со стороны римских властей, которые считали христиан опасными для общественного порядка и традиционной римской религии. Христиане отказывались поклоняться императору как богу, что считалось актом неповиновения.

Со временем, особенно после Константиновского обращения в IV веке, христианство стало легализованным, что привело к значительному росту числа последователей и реформированию культурного и политического ландшафта империи.

Задание:

1. Назовите основные социальные результаты распространения христианства в Римской империи.

2. Назовите основные культурно-политические результаты распространения христианства в Римской империи.

Ответ:

Задание 125.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Мировоззрение – это совокупность наиболее общих взглядов на мир, основные на этих взглядах убеждения и идеалы, определяющие жизненную позицию человека, принципы его поведения и ценностные ориентации.

Установите соответствие между определениями 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.	Идеалы	1.	Твердая уверенность в истинности знаний, готовность действовать в соответствии с ними
Б	Взгляды	2.	Нравственные и эстетические идеалы, осознание добра и зла
В.	Убеждения	3.	Высшие цели стремлений человека к истине, добру, красоте и справедливости
Г.	Ценностные ориентации	4.	Определенная система знаний, выраженная в представлениях и понятиях

Д.		5.	Философское учение о познании

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.

Задание 126.

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

История философии изучает развитие философской мысли от ее зарождения до наших дней. Структурной основой истории философии является ее периодизация, т.е. разделение на периоды, этапы, а также направления и школы.

Установите, какая из философских идей относится к Немецкой классической философии:

А. Философия недеяния.

Б. Атомизм.

В. Агностицизм.

Г. Сенсуализм.

Д. Позитивизм.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 127.

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

Русская философия является составной частью мировой философии. В то же время она отлична от философии других стран, и это отличие проявлялось на протяжении всей ее истории.

Назовите характерную особенность русской философии:

А. Гелиоцентризм.

Б. Соборность.

В. Геоцентризм.

Г. Деизм.

Д. Теоцентризм.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 128.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Каждый человек занимает несколько социальных статусов в обществе одновременно. Статус может быть как приобретённым, так и предписанным.

Предписанный статус – это тот, который индивид получает по рождению, например, пол или этническая принадлежность. Приобретённый статус человек получает в результате своих усилий, например, через образование или профессиональные достижения. Статус определяет, какие социальные роли человек должен выполнять. Социальная роль включает в себя набор обязанностей и прав, которые индивид должен соблюдать в определённой социальной ситуации.

Задание:

1.Что такое социальный статус и социальная роль?

2.Каковы различия между предписанным и приобретённым статусом?

Ответ:

Задание 129.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Социальная роль человека имеет множество аспектов. Одним из них является то, что каждая роль требует выполнения определённых обязанностей и ответственности. Это может быть как в профессиональной жизни, так и в личной. Например, роль работника требует от человека выполнения рабочих обязанностей, а роль матери требует заботы и воспитания детей. Важно, что каждая роль воспринимается обществом как нечто ожидаемое, и нарушение этих ожиданий может повлечь за собой последствия, как для индивида, так и для его окружения. Однако социальные роли могут изменяться в зависимости от социальной ситуации и контекста, например, роль человека в семье может отличаться от его роли на работе.

Задание:

1. Как социальная роль влияет на поведение человека в различных контекстах?

2. Что происходит, если индивид не исполняет свою роль в соответствии с социальными ожиданиями?

Ответ:

Задание 130.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Референтная группа – это группа людей, с которой потребитель соотносит свои взгляды при выборе товаров и услуг. Они оказывают значительное влияние на потребителей при покупке товаров, воздействуя на их выбор различными способами.

Задание:

1. Определите, в чем состоит особенность информационного влияния референтных групп на целевых потребителей при покупке товаров.

2. Укажите наиболее сильное воздействие референтных групп на человека при покупке товаров или марок, не забывая об их различном воздействии на человека.

3. Выберите один из способов использования влияния референтных групп и опишите его.

Ответ:

Задание 131.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Референтные группы оказывают наиболее сильное влияние на человека, когда покупка товара или марки связана с социальной идентификацией и демонстрацией статуса. Это особенно заметно в случаях, когда продукт потребляется публично и является символом принадлежности к определенной группе.

Задание:

1. Представьте несколько ключевых моментов, объясняющих, наиболее сильное влияние на человека референтных групп, когда покупка товара или марки связана с социальной идентификацией и демонстрацией статуса.

2. Приведите примеры товаров, на которые сильно влияют референтные группы.

3. Назовите факторы, оказывающие влияние референтных групп на покупательское поведение.

Ответ:

Задание 132.

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

Гносеология – философское учение о познании. Познанием является деятельность, направленная на получение знаний во всех областях жизнедеятельности человека, включая рефлексию принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении**.**

Выберите три компонента процесса познания:

А. Субъект и объект познания

Б. Мировоззрение

В. Истина.

Г. Уровни и ступени познания

Д. Материальное и идеальное.

Ответ:

Обоснование выбора.

Задание 133.

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

Г. Гегель (1770-1831) – один из самых выдающихся философов своего времени, представитель немецкого классического идеализма. Величайшая заслуга Г. Гегеля состоит в разработке проблем диалектики, создании системы категорий и законов.

Назовите основные три закона диалектики:

А. Закон тождества

Б. Закон перехода количественных изменений в качественные.

В. Закон достаточного основания.

Г. Закон единства и борьбы противоположностей

Д. Закон отрицания отрицания

Ответ:

Обоснование выбора.

Задание 134.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь HR-менеджером крупной компании, где недавно произошел конфликт между двумя сотрудниками разных этнических групп. В результате конфликта возникли взаимные обвинения в дискриминации на основе национальности. Ваша задача — разработать план действий по разрешению ситуации таким образом, чтобы избежать дальнейшей эскалации конфликта и способствовать укреплению корпоративной культуры уважения и взаимопонимания.

Задание:

1. Перечислите, какие конкретные шаги вы предпримете для разрешения данной ситуации.

2. Укажите причины выбора каждого шага.

3. Приведите аргументы, подтверждающие необходимость именно такого подхода.

Ответ:

Задание 135.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь директором крупной компании, где работает большое количество сотрудников разных возрастов, полов, этнических принадлежностей и религиозных убеждений. В компании возникла конфликтная ситуация между двумя сотрудниками, один из которых — пожилой человек, проработавший много лет в организации, а другой — молодой специалист, недавно пришедший на работу. Конфликт возник из-за различий в подходах к выполнению одной из задач, связанных с использованием новых технологий.

Задание:

1. Опишите возможные причины конфликта.

2. Предложите мероприятия по разрешению конфликта, учитывая необходимость соблюдения принципов недискриминационного взаимодействия и укрепления социальной интеграции внутри коллектива.

3. Обоснуйте, почему предложенные вами мероприятия соответствуют принципам недискриминационного взаимодействия и способствуют усилению социальной интеграции.

Ответ:

Задание 136.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы работаете HR-директором крупной международной компании. В коллективе много сотрудников разных национальностей, культур и религиозных убеждений. Однажды вы получаете анонимную жалобу от одного из сотрудников, который утверждает, что некоторые коллеги позволяют себе дискриминационные высказывания и шутки в отношении людей другой национальности. Вы понимаете, что такие ситуации могут негативно сказаться на рабочем климате и производительности команды.

Задание:

1. Перечислите шаги, которые вы бы предприняли в данной ситуации.
2. Поясните содержание этих шагов.
3. Обоснуйте необходимость этих шагов.

Ответ:

Задание 137.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие придерживается принципов недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении и демонстрирует действия, способствующие формированию инклюзивной среды, в которой каждый человек чувствует себя ценным и уважаемым, что положительно сказывается на выполнении профессиональных задач и усилении социальной интеграции.

Задание:

1. Представьте действия, которые предприятие сможет демонстрировать, придерживаясь принципа недискриминационного взаимодействия при обеспечении равных условий для всех пользователей.
2. Перечислите методы мониторинга и контроля качества, которые может применять предприятие для обеспечения недискриминационного доступа к услугам.
3. Назовите форму дискриминации, которую применяет предприятие используя на практике принцип противодействия дискриминации.

Ответ:

Задание 138.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Недискриминационное взаимодействие предполагает обеспечение равных условий реализации прав пользователей независимо от их организационно-правовой формы, уважение к социокультурным традициям различных социальных групп и обеспечивает равнодоступность инфраструктуры для всех. Предприятие в своей деятельности активно использует принципы недискриминационного взаимодействия при личном и массовом общении в целях, направленных на усиление социальной интеграции.

Задание:

1. Определите положительные результаты, которые можно наблюдать после внедрения принципов недискриминационного взаимодействия.

2 Назовите изменения в поведении клиентов после внедрения принципов недискриминационного взаимодействия связанные с повышением лояльности и удовлетворенности клиентов.

3. Объясните, на что будет направлено внедрение принципов недискриминационного взаимодействия.

Ответ:

Задание 139.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Планировать личное рабочее время руководителя необходимо так же, как и все другие виды деятельности организации и ее ресурсы. Процесс разработки плана личной работы менеджера должен выполняться в определенной последовательности.

Поставьте в правильной последовательности этапы разработки плана личной работы менеджера:

1. Внесение изменений во время реализации.
2. Определение затрат времени на выполнение определенных работ.
3. Определение резерва времени.
4. Определение фонда рабочего времени планового периода.
5. Контроль (если времени мало, то следует пересмотреть перечень работ).
6. Составление плана.
7. Составление перечня работ, которые необходимо выполнить в плановом периоде.

Запишите правильную последовательность цифр слева направо.

Задание 140.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Эффективное использование своих ресурсов является ключевым фактором успеха в любой деятельности. Для достижения поставленных

целей необходимо уметь правильно распределять и использовать имеющиеся ресурсы, как внутренние, так и внешние.

Соотнесите каждый из перечисленных ресурсов с их характеристикой.

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

Ресурс		Характеристика	
А.	Время	1.	Знания, навыки, опыт и личные качества, которые позволяют успешно выполнять поставленные задачи и достигать поставленных целей.
Б.	Энергия	2.	Возможность получения необходимой информации, доступа к знаниям и экспертам, использование различных инструментов и технологий
В.	Знания	3.	Внутренняя сила, мотивация, увлеченность и энтузиазм, которые позволяют поддерживать высокую работоспособность и преодолевать трудности
Г.	Навыки	4.	Структурированный набор фактов, концепций и теорий, который позволяет понимать мир и решать задачи
Д.	Информация	5.	Ограниченный и невосполнимый ресурс, который необходимо эффективно планировать, распределять и контролировать для достижения целей

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 141.

Прочитайте текст и среди предложенных вариантов действий выберите правильные и обоснуйте свой выбор.

Внутренние ресурсы человека играют ключевую роль в достижении успеха и благополучия. Какие из перечисленных действий способствуют наиболее эффективному использованию и восстановлению внутренних ресурсов, таких как энергия, внимание и мотивация?

А. Регулярные занятия спортом или физической активностью.

Б. Постоянная работа в режиме многозадачности для повышения продуктивности.

В. Практика осознанности и медитации для снижения стресса и улучшения концентрации.

Г. Поддержание баланса между работой и личной жизнью, выделение времени для отдыха и хобби.

Д. Отказ от использования цифровых устройств и социальных сетей для минимизации отвлекающих факторов.

Е. Вовлеченность в рабочий процесс и материальное стимулирование труда.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 142.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

В современном мире, где скорость изменений и объём информации растут в геометрической прогрессии, ключевым фактором успеха становится умение эффективно управлять собой. Самоменеджмент – это не просто модный тренд, а жизненно важный навык, фундамент для саморазвития и достижения личных и профессиональных целей. Он включает в себя комплексный подход к управлению всеми доступными ресурсами, в том числе, и в первую очередь, своим временем.

Саморазвитие – это непрерывный процесс совершенствования личности, расширения знаний и навыков, а также повышения осознанности. Самоменеджмент предоставляет необходимые инструменты для этого процесса. Без эффективного управления собой, планирования и организации, саморазвитие останется лишь благим намерением.

Одним из важнейших аспектов самоменеджмента является осознание и эффективное использование своих ресурсов.

Задание:

1.Какие стратегии самоменеджмента позволяют максимально эффективно использовать свои ресурсы, включая время, энергию и знания, для реализации плана саморазвития?

2.Каким образом осознанное использование своих ресурсов, особенно временных, влияет на способность человека к саморазвитию и достижению долгосрочных целей в рамках самоменеджмента?

3.Какие методы управления своим временем наиболее эффективны для преодоления прокрастинации и повышения продуктивности в процессе саморазвития, учитывая принципы самоменеджмента?

Ответ:

Задание 143.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Планирование целей – важный этап в самоменеджменте, позволяющий определить направление движения и организовать свою деятельность для достижения желаемого результата. Эффективное планирование опирается на определенные принципы.

Соотнесите каждый из перечисленных принципов планирования целей с его характеристикой.

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

Ресурс		Характеристика	
А.	Конкретность	1.	Цели должны быть достижимыми, реалистичными и соответствовать возможностям и ограничениям

Б.	Измеримость	2.	Цели должны быть четко сформулированы, однозначными и понятными
В.	Достижимость	3.	Цели должны быть привязаны к определенному сроку или периоду времени.
Г.	Актуальность	4.	Цели должны быть релевантными, значимыми и соответствовать общим ценностям и приоритетам
Д.	Ограниченность во времени	5.	Цели должны быть выражены в конкретных показателях, позволяющих оценить прогресс и результат

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 144.

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

Определение своих ценностей является важным шагом в самоменеджменте и планировании целей. Ценности служат ориентиром при принятии решений и определении приоритетов.

Что из перечисленного является наиболее точным определением ценностей в контексте самоменеджмента?

А) Краткосрочные желания и стремления.

Б) Общепринятые нормы и правила поведения.

В) Глубинные убеждения и принципы, определяющие значимость определенных вещей или качеств.

Г) Внешние факторы, влияющие на принятие решений.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 145.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Без четкого понимания своих целей и навыков самоменеджмента, выполнение научно-исследовательской работы в рамках практики превращается в хаотичное движение, лишенное стратегической направленности.

Задание:

1. Перечислите и опишите конкретные навыки самоменеджмента, которые наиболее важны для успешного планирования целей и достижения результата.

Ответ:

Задание 146.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику, выполняя обязанности специалиста по маркетингу в крупной IT-компании. Вы трудолюбивы, ответственны и всегда выполняете задачи в срок. Ваша работа приносит вам удовлетворение, и вы хотите развиваться в компании и занять позицию руководителя отдела маркетинга в течение ближайших 3-5 лет.

Однако, в последнее время вы чувствуете, что погрязли в текущих задачах и рутине. Ваши дни заполнены отчетами, подготовкой презентаций и решением оперативных вопросов. Вы работаете сверхурочно, но не чувствуете, что продвигаетесь к своим долгосрочным карьерным целям. У вас практически не остается времени на обучение новым навыкам, посещение конференций и нетворкинг, которые, как вы понимаете, необходимы для повышения вашей квалификации и продвижения по карьерной лестнице.

Ваш руководитель отмечает вашу исполнительность и преданность компании, но при этом говорит, что вам не хватает стратегического мышления и лидерских качеств, необходимых для руководящей должности. Он предлагает вам пройти программу обучения лидерству, но вы понимаете, что у вас просто нет времени на это.

Задание:

1. Определить SMART-цели, направленные на развитие стратегического мышления.
2. Предложить 5 конкретных стратегий управления временем, которые помогут высвободить время для обучения и развития.
3. Описать 5 действий, которые можно предпринять для демонстрации своих лидерских качеств и стратегического мышления.

Ответ:

Задание 147.

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

Какие из перечисленных стратегий самоменеджмента наиболее эффективны для одновременного достижения личного развития и профессионального роста, учитывая ограниченность времени и необходимость расстановки приоритетов?

А. Регулярное посещение профессиональных конференций и тренингов.

Б. Посвящение всего свободного времени изучению новых технологий и трендов в своей отрасли.

В. Активное участие в волонтерских проектах, не связанных с вашей профессиональной деятельностью.

Г. Развитие навыков эффективной коммуникации и межличностного общения.

Д. Составление четкого плана личного и профессионального развития и его последовательная реализация.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 148.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При осуществлении научно-исследовательской работы в рамках учебной практики, ключевым элементом, является личное развитие и профессиональный рост. Это не два отдельных пути, а взаимосвязанные процессы, требующие целостного подхода. Грамотная расстановка приоритетов позволяет эффективно распределять время и энергию между различными сферами жизни.

Задание:

1. Опишите, каким образом определение приоритетов собственной деятельности влияет на траекторию личного развития и, как следствие, способствует профессиональному росту.

Ответ:

Задание 149.

Прочитайте текст задания и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Вы проходите стажировку в быстрорастущей компании. Вас ценят как исполнительного и талантливого сотрудника. Однако, у вас много интересов и стремлений вне работы. У вас есть следующие возможности и обязательства:

— Работа: Загруженность высокая, но есть шанс получить повышение через год, если успешно реализовать текущий проект.

— Обучение: Возможность пройти онлайн-курс по управлению проектами, который поможет в карьерном росте, но требует 10 часов в неделю.

— Личные отношения: Вы хотите больше времени проводить с семьей и друзьями, так как чувствуете, что уделяете им мало внимания.

— Хобби: Вы увлечены фотографией и хотите развиваться в этом направлении, но это требует времени и финансовых вложений.

— Здоровье: Вы понимаете, что нужно больше времени уделять спорту и здоровому питанию, чтобы поддерживать энергию и хорошее самочувствие.

Задание:

1. Опишите 3 возможных компромисса, на которые вам придется пойти, чтобы сбалансировать все эти сферы жизни.

2. Перечислите 2 риска, которые вы видите и пути их минимизации.

3. Опишите 2 варианта оценки своего прогресса в достижении поставленных целей для корректировки своих планов при необходимости.

Ответ:

Задание 150.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Представьте, что Вы – опытный специалист в области маркетинга. Работаете в компании уже 7 лет, показываете стабильно хорошие результаты и пользуетесь уважением коллег. Однако, последние несколько лет вы чувствуете, что «застряли» на одном месте. Ваши обязанности не меняются, новые интересные проекты достаются другим, а повышения в должности не предвидится. Вы не чувствуете, что развиваетесь, и это начинает сказываться на вашей мотивации.

Вы несколько раз обсуждали ситуацию с руководителем, но получали лишь общие ответы, что «всему свое время» и «компания вас ценит». Но время идет, а ничего не меняется. У вас есть следующие варианты:

— Вариант 1: Продолжать работать в прежнем режиме, надеясь на изменения. Смириться с ситуацией и ждать, пока что-то изменится само собой.

— Вариант 2: Активно искать новую работу. Обновить резюме, начать посещать собеседования и искать компанию, где ваши навыки и опыт будут более востребованы.

— Вариант 3: Инициировать изменения внутри компании. Попробовать изменить ситуацию, предлагая новые идеи, беря на себя дополнительную ответственность и ища возможности для развития.

Задание:

1. Какие риски связаны с каждым из предложенных вариантов?
2. Как вы планируете минимизировать эти риски?

Ответ:

Задание 151.

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

Какой метод наиболее эффективен для оценки своих текущих навыков и компетенций с целью определения областей для профессионального роста?

А. Следовать советам друзей и родственников.

Б. Самостоятельно составить список своих сильных и слабых сторон.

В. Пройти профессиональное тестирование и получить обратную связь от коллег и руководителей.

Г. Ориентироваться на требования рынка труда.

Д. Сравнение с успешным специалистом в вашей сфере деятельности.

Ответ:

Обоснование ответа:

Задание 152.

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

Что является наиболее важным первым шагом при планировании траектории собственного профессионального роста?

А. Поиск высокооплачиваемой работы.

Б. Определение своих профессиональных интересов, ценностей и целей.

В. Получение высшего образования.

Г. Устройство на работу в известную компанию.

Д. Материальное стимулирование от работодателя.

Ответ:

Обоснование:

Задание 153.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Современный рынок труда – это динамичная среда, где востребованность определенных навыков и компетенций меняется с головокружительной скоростью. В этой реальности, выстраивание траектории собственного профессионального роста требует не только четкого понимания своих интересов и целей, но и глубокого анализа требований рынка труда, а также осознанного выбора предложений образовательных услуг.

Успешное выстраивание траектории профессионального роста невозможно без знания того, какие навыки и компетенции востребованы работодателями.

Задание:

1.Что включает в себя анализ требований рынка труда?

2.Опишите навыки и компетенции, которые необходимо развивать для достижения карьерных целей.

Ответ:

Задание 154.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Вы – маркетолог с 5-летним опытом работы в традиционной розничной компании. Вы хорошо разбираетесь в классических методах маркетинга, таких как реклама в СМИ, наружная реклама и промо-акции в точках продаж. Однако, в последние годы рынок розничной торговли стремительно меняется под влиянием цифровой трансформации. Покупатели все чаще совершают покупки онлайн, используют социальные сети для поиска информации о товарах и услугах, а компании активно внедряют новые технологии, такие как искусственный интеллект и большие данные.

Вы понимаете, что для дальнейшего профессионального роста вам необходимо адаптироваться к новым реалиям и приобрести новые навыки и компетенции.

Задание:

1. Какие ключевые навыки в сфере цифрового маркетинга необходимы?
2. Какие требования рынок труда предъявляет для маркетологов в сфере цифрового маркетинга?
3. Составьте план выстраивания траектории собственного профессионального роста в области цифрового маркетинга на ближайший год.

Ответ:

Задание 155.

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

Определите инструменты, которые могут помочь в отслеживании прогресса в достижении профессиональных целей.

А. Ежедневный просмотр мотивирующих видео.
Б. Ведение дневника достижений и неудач.
В. Регулярная оценка компетенций и навыков.
Г. Обсуждение прогресса с коллегами.
Д. Игнорирование негативной обратной связи.

Ответ:
Обоснование:

Задание 156.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках учебной практики вам необходимо провести исследование на тему «Построение успешной профессиональной карьеры».

Задание:

1. Определите ключевые компоненты успешной карьеры.
2. Профессиональная карьера обычно проходит через несколько этапов. Перечислите данные этапы.

Ответ:

Задание 157.

рочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Представьте, что Вы – опытный маркетолог с 10-летним стажем работы в крупной консалтинговой фирме. Вы достигли значительных успехов в своей области, у вас хорошая репутация, стабильный доход и признание

коллег. Однако, в последнее время вы все чаще ловите себя на мысли, что вам наскучила работа. Вы чувствуете отсутствие вызова, рутинность и понимаете, что больше не испытываете прежнего энтузиазма.

В то же время, вас всегда привлекали технологии и программирование. Вы регулярно следите за новостями IT-индустрии, посещаете онлайн-курсы по основам программирования и даже создали несколько небольших веб-приложений для личного пользования. Вы видите, что IT-сфера активно развивается, предлагает много возможностей для роста и имеет более высокую среднюю зарплату, чем юридическая практика.

Вы понимаете, что хотите радикально изменить свою карьеру и переквалифицироваться в IT-специалиста.

Задание:

1. Определите, какие риски вы видите в данной ситуации и ранжируйте их по степени важности.

2. Как вы планируете минимизировать выявленные риски?

3. Разработайте стратегию профессионального развития для перехода в IT-сферу.

Ответ:

Задание 158.

Прочитайте текст и запишите развёрнутый обоснованный ответ.

Представьте, что Вы – амбициозный специалист, работающий в крупной международной компании уже 5 лет. Вы начинали с позиции младшего специалиста, и благодаря упорному труду и хорошим результатам, выросли до руководителя небольшого отдела. Компания предоставляет хорошие возможности для карьерного роста, но чувствуете, что застряли на текущей должности. Вам кажется, что достигли потолка в рамках текущей структуры и не видите четких путей дальнейшего продвижения.

Вы посетили несколько тренингов по лидерству и управлению, прочитали книги по саморазвитию, и даже общались с карьерным консультантом. Вы осознали, что для дальнейшего роста вам нужна четкая стратегия профессионального развития, но пока испытываете трудности с ее формулировкой.

Задание:

1. Опишите внутренние возможности в организации, которые Вам доступны для профессионального развития.

2. Опишите внешние возможности, которые Вам доступны для профессионального развития.

3. На основе вышеизложенной информации, сформулируйте вашу долгосрочную карьерную цель. Обоснуйте выбор этой цели.

Ответ:

Задание 159.

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

В современном мире, насыщенном информацией, задачами и требованиями, умение эффективно управлять собой становится критически важным фактором для достижения успеха как в профессиональной сфере, так и в личной жизни. Самоменеджмент – это не просто планирование времени, это комплексный подход к управлению своими ресурсами: временем, энергией, вниманием и здоровьем. В сочетании с использованием здоровьесберегающих технологий, самоменеджмент позволяет создать устойчивый фундамент для успешной и сбалансированной жизни.

Определите, что из перечисленного относится к здоровьесберегающим технологиям:

А. Повышение самооценки.

Б. Сбалансированное питание.

В. Качественный сон.

Г. Внедрение принципов тайменеджмента.

Д. Регулярная физическая активность.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 160.

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

Выберите из перечисленных несколько способов организации рабочего места, которые можно отнести к здоровьесберегающим технологиям:

А. Работа в течение длительного времени без перерывов.

Б. Организация эргономичного рабочего места (правильная высота стола и стула, поддержка для спины).

В. Регулярные перерывы для разминки и упражнений для глаз.

Г. Обеспечение достаточного освещения рабочего места.

Д. Игнорирование правил техники безопасности.

Ответ:

Обоснование:

Задание 161.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Общеразвивающими упражнениями (ОРУ) называются движения руками, ногами, туловищем и головой, выполняемые с различным мышечным напряжением, разной скоростью и амплитудой. Цель их – общее физическое развитие и подготовка занимающихся к овладению сложными двигательными действиями. Регулярное выполнение общеразвивающих упражнений способствует развитию и укреплению опорно-двигательного аппарата, сердечнососудистой, дыхательной и нервной систем, что

способствует улучшению физического развития, работоспособности, укреплению здоровья занимающихся.

Установите правильную последовательность выполнения упражнений в комплексе общеразвивающих упражнений (ОРУ):

1. Полуприседы, приседы.
2. Упражнения для плеч и рук.
3. Упражнения для туловища.
4. Упражнения для мышц шеи.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 162.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для физического самосовершенствования обучающейся молодёжи и приобщения их к физической культуре и спорту важно развивать физические качества: координационные способности, скорость, гибкость, силу и выносливость.

Соотнесите виды спорта и развитие соответствующих им физических качеств.

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

Физические качества		Вид спорта	
А.	Развитие силы	1.	Спортивные игры
Б.	Развитие выносливости	2.	Гимнастика
В.	Развитие координационных способностей	3.	Гиревой спорт, тяжелая атлетика
Г.	Развитие гибкости	4.	Плавание, легкая атлетика (бег, ходьба)

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 163.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В Программе развития воспитания в системе образования России сказано, что сохранение здоровья является одним из основных направлений и принципов организации воспитания во всех образовательных учреждениях. Для достижения целей, связанных с укреплением и сохранением здоровья в образовательной среде призваны здоровьесберегающие технологии, которые являются инструментами успешной воспитательной и развивающей деятельности среди молодежи в целом.

Задание:

1. Дайте определение здоровьесберегающим технологиям в образовании и укажите цель их применения.

2. Перечислите основные составляющие здоровьесберегающих технологий в образовании.

Ответ:

Задание 164.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Поддержание здорового образа жизни (ЗОЖ) помогает обучающимся благополучно осуществлять свои цели и задачи и справляться с учебными нагрузками. Подход к пониманию «здорового образа жизни» позволяет сделать вывод о том, что он объединяет всё, что способствует выполнению человеком его профессиональных, общественных и бытовых функций в благоприятных для здоровья условиях и выражает ориентированность деятельности личности в направлении формирования, сохранения и укрепления как индивидуального, так и общественного здоровья.

Задание:

1. Дайте определение здоровому образу жизни (ЗОЖ).

2. Перечислите и охарактеризуйте основные составляющие здорового образа жизни.

Ответ:

Задание 165.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современном мире, где границы между работой и личной жизнью часто размываются, умение грамотно планировать рабочее и свободное время становится ключевым фактором для поддержания высокой работоспособности и предотвращения выгорания. Эффективное планирование позволяет не только успевать выполнять все необходимые задачи, но и находить время для отдыха, восстановления и саморазвития, что в конечном итоге положительно сказывается на производительности и общем благополучии.

Задание:

1. Перечислите основные принципы планирования рабочего времени.

2. Перечислите основные принципы планирования свободного времени.

Ответ:

Задание 166.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Оптимальное сочетание физической и умственной нагрузки играет ключевую роль в обеспечении работоспособности и общего благополучия человека. В современном мире, где стрессы и высокие требования к продуктивности становятся нормой, важно находить баланс между интеллектуальной активностью и физическими упражнениями.

Находя оптимальное сочетание физической и умственной нагрузки, мы можем не только повысить свою работоспособность, но и улучшить общее качество жизни, достигая гармонии между телом и разумом.

Задание:

1. Каково оптимальное соотношение физической и умственной нагрузки для поддержания максимальной работоспособности в течение дня/недели?
2. Какие технологии и приложения могут помочь в мониторинге и оптимизации физической и умственной активности?

Ответ:

Задание 167.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Физкультурно-спортивное сооружение – это соответствующим образом оборудованное сооружение открытого или крытого типа, которое обеспечивает возможность проводить спортивные соревнования или учебные спортивные тренировки. Также эти сооружения служат для организации и проведения физкультурно-оздоровительных и развлекательных спортивных мероприятий по различным спортивным направлениям для поддержания здорового образа жизни.

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

Спортивные сооружения		Вид спорта	
А.	Стадион	1.	Спортивные игры
Б.	Спортивная площадка	2.	Велоспорт
В.	Корт	3.	Легкая атлетика
Г.	Трек	4.	Теннис

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 168.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Общая физическая подготовка – это процесс, направленный на укрепление здоровья и развитие функциональных возможностей организма. Целью общей физической подготовки является общее повышение уровня

физических возможностей организма, установление необходимых двигательных умений и навыков и развитие физических качеств.

Общая физическая подготовка (ОФП) – это система занятий физическими упражнениями, которая направлена на развитие физических качеств в их гармоничном сочетании. Определите какой из приведенных вариантов описывает физические качества, которые развиваются посредством ОФП:

А. Сила, быстрота, выносливость, хорошее зрение.

Б. Ловкость, гибкость, обоняние, прыгучесть.

В. Скорость, выносливость, способность удерживать равновесие.

Г. Сила, выносливость, ловкость, гибкость, скорость.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 169.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Оптимальное сочетание физической и умственной нагрузки помогает минимизировать переутомление организма, восстановить его после длительной работы и поддерживать здоровье. Физические упражнения являются одним из основных средством для поддержания и повышения работоспособности. Показатель работоспособности связан с утомлением. Утомление зависит от состояния здоровья и физической подготовки.

Задание:

1. Дайте определение терминам «работоспособность» и «утомление».

2. Дайте рекомендации по оптимальному сочетанию физической и умственной нагрузки.

Ответ:

Задание 170.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Цель специальной физической подготовки – укрепление здоровья, улучшение физического состояния и активизация времени отдыха.

Специальная физическая подготовка весьма разнообразна по своей направленности, однако все ее виды можно свести к двум основным группам:

- спортивная подготовка;
- профессионально-прикладная физическая подготовка.

Выберите из предложенных ниже верное определение термина «Специальная физическая подготовка» (СФП):

А. Процесс всестороннего воспитания физических качеств и функциональных систем организма.

Б. Педагогический процесс развития физических качеств, необходимых для конкретного вида спорта или конкретных задач.

В. Целенаправленный процесс по подготовке спортсмена для выполнения конкретных спортивных результатов на соревнованиях.

Г. Педагогический процесс специально направленного и избирательного использования средств физической культуры для подготовки человека к определенной профессиональной деятельности.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 171.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В системе физического воспитания одним из основополагающих принципов является принцип прикладности – связи физической культуры с практической жизнью общества. Данный принцип отражает важнейшую функцию физической культуры – быть фактором подготовки человека к трудовой и оборонной деятельности. Каждая профессия предъявляет к человеку специфические требования, и очень часто очень высокие к его физическим и психическим качествам, прикладным навыкам. В связи с этим возникает необходимость профилирования процесса физического воспитания при подготовке молодежи к труду, сочетания общей физической подготовки со специализированной- профессионально- прикладной физической подготовкой.

Выберите из предложенных ниже верное определение термина «Профессионально-прикладная физическая подготовка» (ППФП):

А. Педагогический процесс, направленный на воспитание физических качеств и развитие функциональных возможностей, создающих благоприятные условия для совершенствования всех систем организма.

Б. Специализированный вид физического воспитания, осуществляемый в соответствии с требованиями и особенностями данной профессии.

В. Тип социальной практики физического воспитания, включающий теоретико-методические, программно-нормативные и организационные основы, обеспечивающие физическое совершенствование людей и формирование здорового образа жизни.

Г. Процесс воспитания физических качеств и овладения жизненно важными движениями.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 172.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Профессионально-прикладная физическая подготовка (ПППФП) может рассматриваться как часть здорового образа жизни, так как она не только готовит человека к профессиональной деятельности, но и

способствует всестороннему развитию личности и формированию устойчивой мотивации к здоровому образу жизни.

Задание:

1. Перечислите аспекты, в которых проявляется связь ППФП и здорового образа жизни.

2. Перечислите основные факторы, определяющие конкретное содержание ППФП обучающейся молодежи.

3. Укажите прикладные психофизические качества для обучающихся образовательных учреждений экономической, управленческой направленности и виды спорта, с помощью которых эти качества развиваются.

Ответ:

Задание 173.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Физкультурное движение играет важную роль в стремлении к здоровому образу жизни. Регулярные занятия спортом помогают формировать привычку к активной жизни и стимулируют поддержание здоровья на всех уровнях. Пропаганда физкультурного движения — это целенаправленная деятельность по распространению, продвижению, разъяснению и внедрению в сознание широких масс физкультурно-спортивной информации.

Задание:

1. Перечислите основные задачи пропаганды физкультурного движения.

2. Назовите не менее четырёх форм пропаганды физкультурного движения.

3. Охарактеризуйте не менее четырёх методов пропаганды физкультурного движения.

Ответ:

Задание 174.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Самоконтроль – это регулярные самостоятельные наблюдения занимающихся за состоянием индивидуального здоровья, физического развития, за влиянием на организм занятий физическими упражнениями и спортом. Данные самоконтроля записываются в дневник, они помогают контролировать и регулировать правильность подбора средств, методику проведения занятий физическими упражнениями. В дневнике самоконтроля рекомендуется регулярно регистрировать субъективные, объективные и дополнительные показатели самоконтроля.

Задание:

1. Назовите субъективные данные самоконтроля и дайте им характеристику.

2. Назовите объективные данные самоконтроля и дайте им характеристику.

3. Какие еще показатели можно отмечать в дневнике самоконтроля.

Ответ:

Задание 175.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

С помощью воспитания физических качеств (сила, быстрота, выносливость) осуществляется повышение физической подготовленности занимающихся, которое способствует укреплению здоровья. Развитие физических качеств – это важнейшая составляющая физического воспитания, которая предполагает целенаправленное развитие силы, быстроты, выносливости и других физических качеств.

Задание:

1. Дайте определение силы. Назовите упражнения для развития силы.

2. Дайте определение быстроты. Назовите упражнения для развития быстроты.

3. Дайте определение выносливости. Назовите упражнения для развития выносливости.

Ответ:

Задание 176.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Здоровый образ жизни включает в себя не только правильное питание, полноценный сон и отказ от вредных привычек, но и регулярные занятия спортом. Оздоровительный бег – одно из самых доступных и эффективных средств укрепления здоровья. Беговые тренировки обладают удивительной эффективностью, широким спектром положительного воздействия на организм человека, а также дают возможность приобрести подтянутую спортивную фигуру и высокий уровень выносливости.

Задание:

1. Перечислите элементы положительного воздействия оздоровительного бега на организм человека.

2. Назовите особенности техники оздоровительного бега при самостоятельных занятиях.

3. Перечислите противопоказания при занятиях оздоровительным бегом.

Ответ:

Задание 177.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Физическое самосовершенствование – это сознательная, планомерная работа над собой, нацеленная на формирование физической культуры человека. Она включает различные приёмы и виды деятельности, определяющие и регулирующие позицию личности по отношению к своему здоровью, психофизическому состоянию и физическому совершенствованию.

Задание:

1. Физическое самосовершенствование состоит из трёх основных этапов. Назовите и охарактеризуйте каждый этап.
2. Назовите средства физического самосовершенствования.
3. Перечислите мотивы для развития физического самосовершенствования.

Ответ:

Задание 178.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Спортивные игры являются эффективным средством укрепления здоровья. Они помогают улучшить физическую форму, повысить выносливость и развить другие физические качества, а также стимулируют работу мозга, помогают снять нервное напряжение и вызывают положительные эмоции.

Задание:

1. Дайте краткую характеристику игры в футбол.
2. Дайте краткую характеристику игры в баскетбол.
3. Дайте краткую характеристику игры в волейбол.

Ответ:

Задание 179.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В офисе наблюдается низкая освещенность на рабочих местах, что потенциально может негативно влиять на зрение сотрудников. Установите правильную последовательность действий по улучшению условий освещенности в офисе:

1. Проведение оценки освещенности рабочих мест (измерение уровня освещенности).
2. Установка дополнительных светильников или замена имеющихся на более мощные.
3. Организация регулярной очистки светильников и окон от пыли и грязи.
4. Обучение сотрудников правилам работы с компьютером и соблюдению зрительного режима.

5. Разработка плана мероприятий по улучшению освещенности на основе полученных результатов оценки.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 180.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Безопасность жизнедеятельности (БЖД) требует понимания различных видов опасностей и умения правильно реагировать на них.

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

	Тип опасности		Пример
А	Природные	1	Пожар в офисе
Б	Техногенные	2	Стихийное бедствие (землетрясение)
В	Социальные	3	Утечка опасных химических веществ
Г	Антропогенные	4	Вооруженный конфликт
		5	Наводнение

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 181.

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

Вредные и опасные производственные факторы классифицируются по нескольким категориям: физические, химические, психофизиологические и биологические. Какие факторы относятся к физическим опасным и вредным производственным факторам?

А. Повышенная или пониженная температура воздуха рабочей зоны.

Б. Повышенная влажность воздуха.

В. Наличие хлора в воздухе рабочей зоны.

Г. Повышенный уровень шума на рабочем месте.

Д. Монотонность труда.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 182.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Процесс жизнедеятельности человека всегда связан с различными рисками, исключить которые невозможно. Поэтому специалисты их выявляют, оценивают и пытаются управлять ими.

Задание.

1. Охарактеризуйте основные принципы и методы оценки профессиональных рисков на рабочем месте.

2. Приведите примеры конкретных методов и объясните, в каких ситуациях их целесообразно применять.

Ответ:

Задание 183.

Прочитайте текст и установите соответствие.

На человека в среде его обитания постоянно воздействует множество факторов, которые можно разделить на 4 основные группы: физические, химические, биологические и психофизиологические.

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

Опасный фактор		Пример проявления	
А.	Физический	1.	1. Воздействие аллергенов
Б.	Химический	2.	2. Повышенный уровень шума
В.	Биологический	3.	3. Поражение электрическим током
Г.	Психофизиологический	4.	4. Отравление парами растворителя

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 184.

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

Несчастный случай на производстве – это событие, в результате которого работник погиб или получил повреждение здоровья при выполнении трудовых обязанностей или работ в интересах работодателя.

Такие события обусловлены воздействием на пострадавшего опасных производственных факторов и повлекли за собой необходимость его перевода на другую работу, временную или стойкую утрату им трудоспособности либо его смерть.

Выберите три фактора из перечисленных, которые могут повышать риск несчастных случаев на рабочем месте:

А. Недостаточное освещение рабочей зоны

Б. Использование работниками средств индивидуальной защиты (СИЗ)

В. Отсутствие регулярного технического обслуживания оборудования

Г. Несоблюдение инструкций по охране труда

Д. Наличие системы премирования за работу без травм

Ответ:

Обоснование выбора.

Задание 185.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь диспетчером логистической компании, координирующим работу водителей и транспортных средств.

Задание:

1. Опишите основные опасные и вредные факторы, которые могут влиять на ваше здоровье и безопасность в процессе работы.

Ответ:

Задание 186.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что Вы работаете в офисе. Крайне важно идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках профессиональной деятельности для того, чтобы минимизировать их воздействие.

Задание:

1. Опишите потенциальные опасные и вредные факторы, которые могут возникнуть в офисных помещениях. Для каждого фактора предложите конкретные меры по их предотвращению или минимизации воздействия.

Ответ:

Задание 187.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В офисе вы заметили искрение и задымление из розетки, к которой подключен компьютер. Затем из розетки появилось открытое пламя. Что нужно использовать как основное средство тушения электрооборудования под напряжением?

А. Вода.

Б. Пенный огнетушитель.

В. Углекислотный огнетушитель.

Г. Порошковый огнетушитель.

Ответ:

Обоснование выбора.

Задание 188.

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

Газовые приборы при неаккуратном обращении могут стать причиной взрыва. Часто бывает, что на плите что-то варится, а человек отвлекся. Содержимое кастрюли заливает огонь. Поступающий в конфорку газ наполняет помещение. Смешавшись с воздухом, газ превращается в опасную смесь, которая, взорвавшись, может разрушить многоэтажный дом. О том,

что произошла утечка газа, говорит резкий запах (в бытовой газ специально добавляют сильнопахнущее вещество).

Какие из перечисленных действий необходимо предпринять при обнаружении запаха газа в помещении?

А. Зажечь спичку или зажигалку для проверки наличия газа.

Б. Открыть окна и двери для проветривания помещения.

В. Включить электроприборы для улучшения вентиляции.

Г. Немедленно покинуть помещение и вызвать аварийную газовую службу по телефону.

Д. Сообщить о случившемся соседям.

Ответ:

Обоснование выбора.

Задание 189.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Рабочий выполняет ремонт кровли на крыше двухэтажного здания. Он не использует страховочный пояс и каску, несмотря на наличие их на строительной площадке. Его непосредственный руководитель видит это, но не делает замечания.

Укажите конкретные нарушения техники безопасности и перечислите возможные последствия таких нарушений.

Ответ:

Задание 190.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В вашем городе произошла техногенная авария на химическом предприятии, сопровождавшаяся выбросом хлора в атмосферу. Вы знаете, что хлор относится к аварийным химически опасным веществам и представляет угрозу для жизни и здоровья человека.

Задание:

Опишите последовательность ваших действий, начиная с момента получения информации об аварии, для обеспечения собственной безопасности и оказания помощи другим людям.

Ответ:

Задание 191.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современном обществе широкое распространение набирают чрезвычайные ситуации социально-политического характера. Установите соответствие между видом чрезвычайной ситуации социального характера и основными мероприятиями по её предотвращению.

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

Вид ЧС социального характера		Мероприятия по предупреждению	
А.	Террористический акт	1.	Организация профилактических медицинских осмотров, проведение вакцинации
Б.	Массовые беспорядки	2.	Создание условий для межкультурного диалога, проведение мероприятий по профилактике экстремизма
В.	Эпидемия	3.	Усиление охраны объектов, проведение контртеррористических операций
Г.	Межнациональные конфликты	4.	Улучшение социально-экономических условий жизни населения, обеспечение социальной защиты
Д.	Организованная преступность	5.	Укрепление правопорядка, повышение эффективности работы правоохранительных органов, профилактика правонарушений

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 192.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Туристическое агентство организует экскурсии по городу. Опишите, какие меры безопасности необходимо соблюдать при проведении пешеходных экскурсий, чтобы обеспечить безопасность участников.

Ответ:

Задание 193.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы находитесь в офисном здании. Внезапно вы чувствуете резкий, неприятный, ни на что не похожий запах, распространяющийся из системы вентиляции. У вас начинает першить в горле, и появляется легкое головокружение. Другие коллеги также ощущают этот запах и испытывают схожие симптомы.

Задание:

1. Оцените уровень угрозы. Какие факторы необходимо учитывать при определении степени опасности данной ситуации?

2. Какие действия необходимо предпринять в первую очередь для защиты себя и окружающих?

Ответ:

Задание 194.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Подходя к своему дому, вы обнаружили возле лавочки у подъезда подозрительный предмет, похожий на взрывное устройство.

Задание:

1. Опишите основные правила поведения при обнаружении подозрительного предмета, похожего на взрывное устройство.

2. Какие действия необходимо предпринять, чтобы обеспечить свою безопасность и безопасность окружающих?

Ответ:

Задание 195.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Меры по обеспечению безопасности труда на предприятии — это комплекс мероприятий, направленных на создание безопасных условий труда, сохранение жизни и здоровья работников, а также на уменьшение рисков аварий, возгораний и других инцидентов. Что является приоритетной мерой по обеспечению безопасности труда на предприятии?

А. Выдача работникам средств индивидуальной защиты (СИЗ).

Б. Проведение инструктажей по охране труда.

В. Устранение опасного или вредного производственного фактора.

Г. Обеспечение работников санитарно-бытовыми помещениями.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 196.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь администратором фитнес-центра. Опишите, какие меры необходимо предпринять для обеспечения безопасности посетителей во время тренировок, учитывая риски получения травм при занятиях спортом.

Ответ:

Задание 197.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Учитывая значительность ущерба, причиняемого пожарами, обеспечению пожарной безопасности уделяется особое внимание. Поэтому эта тема особо выделяется в курсе «Безопасность жизнедеятельности».

Задание:

Демонстрируя глубокое понимание темы, способность к анализу, умение применять знания на практике и обеспечивать безопасные и/или комфортные условия труда на рабочем месте опишите основные направления деятельности по обеспечению пожарной безопасности на предприятии, с учетом специфики различных производственных процессов.

Ответ:

Задание 198.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Производственный травматизм и потери на производстве часто связаны с нарушением работниками элементарных требований техники безопасности (ТБ).

Задание:

Опишите, каким образом можно стимулировать работников к выявлению и устранению нарушений ТБ?

Ответ:

Задание 199.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Современный этап, девизом которого стал лозунг «От равных прав к равным возможностям», знаменуется стремлением максимально интегрировать людей с нарушениями здоровья в общество, предоставить им равные возможности участия в политической, культурной, спортивной жизни, создать условия для максимально возможной независимой жизни.

Расположите этапы установления недискриминационного взаимодействия с лицами с ограниченными возможностями здоровья в правильной последовательности.

Этапы:

1. Оценка текущих возможностей и потребностей.
2. Разработка плана действий.
3. Реализация мероприятий.
4. Анализ результатов и корректировка.
5. Определение целей и задач.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо

Задание 200.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Существуют различные законы, запрещающие дискриминацию по признаку инвалидности, расы, пола и возраста и др. на рабочем месте. Современным организациям необходимо придерживаться недискриминационной практики.

Политика организации в отношении персонала должна базироваться на учете принципов недискриминационного взаимодействия, основанных на толерантном восприятии культурных особенностей представителей различных этносов и конфессий при личном и массовом общении.

Установите соответствие между принципами недискриминационного взаимодействия и их определениями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца:

Принципы недискриминационного взаимодействия		Определения	
А.	Равенство возможностей	1.	Обеспечение физического и информационного доступа для всех категорий граждан.
Б.	Доступность	2.	Включение людей с ОВЗ в общественную жизнь наравне с остальными.
В.	Индивидуализация подхода	3.	Признание ценности каждого человека независимо от его физических или умственных способностей.
Г.	Социальная интеграция	4.	Создание условий, позволяющих каждому человеку реализовать свой потенциал, учитывая его уникальные особенности.
Д.	Уважение достоинства	5.	Отсутствие предвзятости и обеспечение равных шансов для всех людей вне зависимости от их состояния здоровья
		6.	Воспитание в рамках существующей идеологии общества

Запишите выбранные буквы под советующими цифрами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 201.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Равенство и недискриминация относятся к числу основополагающих принципов и прав в области международного права прав человека. Будучи тесно связаны с человеческим достоинством, они являются основой всех прав человека. Обязанность запрещать «любую дискриминацию» подразумевает все формы дискриминации. Международная практика в области прав человека позволяет говорить о четырех основных формах дискриминации, которые могут существовать как по отдельности, так и одновременно:

Соотнесите формы дискриминации с действиями и поведением, соответствующими определенной форме.

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

А	Прямая дискриминация	1	Мотивированное деструктивное поведение, противоречащее общепринятым правилам и нормам, наносящее вред объектам, на которые направлено**.** Может стать следствием реакции человека на стресс, физический или психологический дискомфорт.
Б	Косвенная дискриминация	2	Имеет место тогда, когда к какому-либо лицу относятся менее благосклонно, чем к другому лицу, находящемуся в аналогичном положении, по причине иного личного

			статуса (например, инвалидности), и этот иной личный статус выступает основанием запрета. Мотив или намерение дискриминирующей стороны не имеет значения для определения того, действительно ли дискриминация имела место (например, образовательное учреждение, которое отказывается зачислять человека с ограниченными возможностями, с тем чтобы не менять учебную программу)
В	Отказ в разумном приспособлении	3	Имеет место нежелательное поведение по отношению к человеку с ОВЗ, цель или последствия которого заключаются в посягательстве на достоинство человека и в создании пугающей, враждебной, унизительной, оскорбительной или агрессивной обстановки. Такое поведение может принимать форму действий или высказываний, направленных на сохранение различий.
Г	Притеснение	4	Представляет собой отказ от внесения необходимых и надлежащих модификаций и изменений (не ложащихся несоразмерным или неоправданным бременем), от которых зависит возможность равного использования или реализации того или иного права человека или основной свободы (например, отказ в допуске сопровождающему лицу)
		5	Законы, политика или практика, которые на первый взгляд кажутся нейтральными, оказывают непропорциональное негативное влияние на инвалидов. Такая дискриминация имеет место в тех случаях, когда возможность, которая кажется доступной, на практике оказывается недоступной для некоторых лиц в силу того, что их статус не позволяет им воспользоваться такой возможностью (например, если какой-либо кандидат, неспособный нормально передвигаться, должен участвовать в собеседовании в связи с устройством на работу, которое проводится на третьем этаже конторы предприятия, необорудованной лифтами, хотя и имеет право на прохождение собеседования, находится в неравном положении с другими кандидатами)

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 202.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для включения в профессиональную деятельность лиц, имеющих инвалидность или ограниченные возможности здоровья, необходимо понимать механизмы их социальной и профессиональной адаптации.

Задание:

1. Обозначьте, в чем заключается особенность социально-трудовой адаптации людей с ограниченными возможностями здоровья.

2. Назовите мероприятия, которые способствуют ее результативности,

Ответ:

Задание 203.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья имеют право на защиту своих социальных, экономических и трудовых интересов. В Российской Федерации реализуется система мер, направленных на создание условий для их полноценного участия в жизни общества. Предлагаемые задания помогут закрепить знания об основных формах социальной защиты, предусмотренных законодательством.

Что из перечисленного входит в меры, обеспечивающие доступную среду для людей с ограниченными возможностями?

А. Повышение пенсий.

Б. Установка пандусов и лифтов.

В. Ежемесячная денежная выплата.

Г. Льготы на оплату ЖКХ.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 204.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Одним из ключевых элементов системы социальной защиты инвалидов является индивидуальная программа реабилитации и абилитации (ИПРА). Этот документ содержит рекомендации по медицинской, социальной, психологической, профессиональной и иной помощи, необходимой конкретному человеку для восстановления или компенсации утраченных функций.

Кто разрабатывает индивидуальную программу реабилитации и абилитации (ИПРА) для инвалида?

А. Социальный работник.

Б. Медицинская комиссия поликлиники.

В. Учреждение медико-социальной экспертизы (МСЭ).

Г. Пенсионный фонд России.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 205.

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

Вам необходимо выбрать два наиболее подходящих метода профессиональной деятельности с лицами, имеющими инвалидность, которые соответствуют принципам индивидуального подхода и социальной интеграции.

Выберите все подходящие варианты и поясните Ваш выбор.

А. Индивидуальная адаптация рабочего места. Этот метод подразумевает изменение условий труда и рабочего пространства в соответствии с физическими и психическими особенностями сотрудника.

Б. Коллективное обучение и поддержка. Метод предполагает организацию совместных тренингов и семинаров для всего коллектива, направленных на повышение осведомленности и взаимопонимания с сотрудниками, имеющими инвалидность.

В. Стандартизация рабочих процессов. Предполагает создание единых стандартов и процедур для всех сотрудников, без учета индивидуальных особенностей.

Г. Инклюзивные мероприятия. Включают проведение мероприятий, направленных на интеграцию сотрудников с инвалидностью в социальную и культурную жизнь компании.

Д. Создание специальных квот. Заключается в установлении минимального количества рабочих мест для лиц с инвалидностью без изменения условий труда.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 206.

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

Вам необходимо выбрать два наиболее подходящих метода профессиональной деятельности с лицами, имеющими инвалидность, которые соответствуют принципам инклюзивности и доступности.

Выберите все подходящие варианты и поясните Ваш выбор.

А. Универсальный дизайн рабочего пространства. Этот метод предусматривает проектирование рабочего пространства таким образом, чтобы оно было доступно и удобно для всех сотрудников, включая тех, кто имеет инвалидность.

Б. Психологическая поддержка и консультирование. Метод направлен на оказание психологической помощи сотрудникам с инвалидностью, помогая им справляться с трудностями и адаптироваться к рабочим условиям.

В. Финансовое стимулирование работодателей. Предусматривает предоставление субсидий и налоговых льгот работодателям, принимающим на работу лиц с инвалидностью.

Г. Профессиональная переподготовка и повышение квалификации. Метод предлагает программы обучения и повышения квалификации, специально разработанные для сотрудников с инвалидностью, позволяющие им развивать профессиональные навыки.

Д. Специальные квоты на рабочие места. Установление определенного процента рабочих мест, зарезервированных для лиц с инвалидностью.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 207.
Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В образовательной организации среди обучающихся могут встречаться люди, имеющие определенные нарушения психической, физиологической или анатомической структуры или функции либо отклонение от них, влекущие полное или частичное ограничение способности или возможности осуществлять бытовую, социальную, профессиональную или иную деятельность способом и в объеме, которые считаются нормальными для человека при прочих равных возрастных, социальных и иных факторах.

Выберите вариант ответа, который обозначает данную категорию людей в рамках недискриминационного подхода.

А. Инвалид.
Б. Человек с ограниченными возможностями здоровья.
В. Человек с отклонениями в развитии.
Г. Человек с нарушениями функций организма.
Д. Человек с ментальными отклонениями.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 208.
Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Для того, чтобы человек с ограниченными возможностями здоровья при трудоустройстве достаточно быстро и успешно прошел социально-трудовую адаптацию, ему необходимо создать особые условия (доступную среду). Доступная среда – это безопасное и удобное окружение, адаптированное под потребности людей с ограниченными физическими возможностями.

Задание: разработайте специальные условия для трудоустройства человека на должность менеджера в офисе:

1. Передвигающегося с помощью кресла-коляски.
2. С глубоким нарушением зрения.

Ответ:

Задание 209.
Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Инклюзивное образование предполагает обучение детей с инвалидностью в общей образовательной среде вместе с другими детьми, с учётом их индивидуальных особенностей. Это подход, направленный не только на передачу знаний, но и на формирование уважения, толерантности,

социальной ответственности. Однако реализация этой идеи требует комплексного подхода и преодоления множества барьеров

Задание:

1. Как инклюзивное образование способствует социальной интеграции инвалидов?

2. Какие трудности возникают при его реализации?

Ответ:

Задание 210.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Современное общество стремится к инклюзивности, где каждый человек, независимо от физических или ментальных особенностей, имеет право на полноценную жизнь. Социальные технологии играют важнейшую роль в обеспечении равных возможностей для людей с инвалидностью. Это инструменты, методы и практики, направленные на адаптацию окружающей среды, организацию поддержки, обучение, трудоустройство и социализацию.

Задание:

1.Какие барьеры существуют для внедрения социальных технологий в жизнь людей с инвалидностью в вашем регионе/стране?

2.Какие шаги можно предпринять для их преодоления?

Ответ:

Задание 211.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Инвалидность – это состояние, при котором человек сталкивается с длительными или постоянными ограничениями жизнедеятельности, вызванными заболеваниями, травмами или другими факторами. В зависимости от степени и характера этих ограничений, существует классификация инвалидности, которая позволяет правильно оценить потребности человека в социальной поддержке и адаптации. Важно понимать, что инвалидность может быть разделена на несколько основных групп, каждая из которых имеет свои особенности и критерии для установления.

1.Опишите, какие существуют основные группы инвалидности, их особенности и критерии для установления.

2.Укажите, в чем заключается разница между группами.

Ответ:

Задание 212.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Сотрудник с нарушением опорно-двигательного аппарата устраивается на работу в офис крупной компании. Его должность требует активного

взаимодействия с коллегами и клиентами, а также регулярного посещения встреч и совещаний. Компания стремится создать комфортные условия для нового сотрудника и обеспечить его успешную адаптацию.

Задание:

1. Предложите стратегические мероприятия, способствующие эффективному включению сотрудника с инвалидностью в рабочий процесс, учитывая следующие аспекты: его физические ограничения, необходимость специальной подготовки коллег и организационные изменения в рабочем пространстве.

2. Кратко опишите суть предложенных мероприятий.

3. Обоснуйте ваши предложения.

Ответ:

Задание 213.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы руководитель отдела кадров в крупной компании. Один из ваших сотрудников недавно получил травму, которая привела к временной потере подвижности руки. Сотрудник хочет продолжить работу, но испытывает трудности с выполнением некоторых задач. Ваша задача — разработать план адаптации рабочего процесса для этого сотрудника, учитывая его физические ограничения и сохраняя высокую производительность труда. Ваши предложения должны включать технические, организационные и социальные меры.

Задание:

1. Опишите, какие технические средства или программное обеспечение могут помочь сотруднику в выполнении его обязанностей.

2. Предложите изменения в организации рабочего процесса, которые позволят сотруднику эффективно выполнять свои задачи.

3. Рассмотрите, какие социальные меры можно предпринять для поддержки сотрудника и улучшения морального климата в коллективе.

Обоснуйте ваши предложения.

Ответ:

Задание 214.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Социальная мобильность является важным элементом социальной структуры. Она представляет собой процесс перемещения индивидов или социальных групп по вертикальной или горизонтальной оси социальной иерархии. В некоторых странах социальная мобильность высока, что позволяет людям перемещаться в социальном статусе в зависимости от своих усилий и достижений. В других же странах существует жесткая социальная структура, в которой мобильность ограничена из-за традиционных социальных норм, экономических барьеров и политической ситуации.

Социальная мобильность может быть вызвана различными факторами, включая образование, доступ к ресурсам, карьерные достижения, а также перемены в общественных институтах.

Задание:

1. Каким образом социальная мобильность влияет на личность?
2. Какие факторы могут препятствовать или, наоборот, способствовать социальной мобильности?

Ответ:

Задание 215.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ) иногда бывает свойственна выученная беспомощность – внутренняя психологическая установка человека о неспособности изменить обстоятельства собственной жизни, неверие в свои силы, в возможность повлиять на результат.

Задание:

1. Обоснуйте, какие внешние факторы влияют на формирование у человека с ОВЗ выученной беспомощности?
2. Обоснуйте, какие внутренние факторы способствуют формированию у человека с ОВЗ выученной беспомощности?
3. Как можно преодолеть указанный комплекс?

Ответ:

Задание 216.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Поведение человека во-многом обусловлено тем, какое представление у него сложилось о себе.

«Я» – концепция – относительно устойчивая, в большей или меньшей мере осознанная, переживаемая как неповторимая система представлений индивида о самом себе, на основе которой он строит своё взаимодействие с другими людьми и относится к себе.

«Я» - концепция – целостный, хотя и не лишенный внутренних противоречий, образ собственного Я, выступающий как установка по отношению к самому себе. Как и всякая установка, он включает три компонента.

Когнитивный компонент: представление о своих способностях, внешности, социальной значимости и т.д.

Эмоциональный компонент: самоуважение, самокритичность, себялюбие, самоуничижение и т.п.

Поведенческий (волевой) компонент: стремление быть понятым, завоевать симпатии, уважение, повысить свой статус или, наоборот, остаться незамеченным, уклониться от оценки и критики и т.п.

Задание:

1. Как взаимосвязаны когнитивная, эмоциональная и поведенческая составляющая «Я-концепции» человека?

2. Каким будет поведение человека с ОВЗ при позитивной и негативной когнитивной установке к своим ограничениям?

3. Каким будет поведение человека с ОВЗ при положительной и отрицательной эмоциональной составляющей по отношению к себе?

Ответ:

Задание 217.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Право на труд закреплено Конституцией РФ и распространяется на всех граждан, включая лиц с инвалидностью. Однако на практике трудоустройство инвалидов сопровождается рядом трудностей: ограниченные физические возможности, отсутствие адаптированной среды на рабочем месте, предвзятое отношение со стороны работодателей. Для решения этих проблем государство реализует программы квотирования рабочих мест, профобучения и содействия самозанятости. Кроме того, важную роль играют специальные учреждения, такие как центры занятости, а также НКО, оказывающие помощь в поиске подходящей работы.

Задание:

1.Какие меры предпринимает государство для трудоустройства инвалидов, согласно тексту?

2.Какие барьеры мешают их профессиональной интеграции, и как их можно преодолеть?

Ответ:

Задание 218.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Инвалиды сталкиваются с множеством барьеров – архитектурных, информационных, социальных и психологических. Одной из ключевых задач социальной защиты является создание условий, при которых человек с ограниченными возможностями может вести независимую и достойную жизнь. Государство обеспечивает доступ к образованию, медицинской помощи, трудовой деятельности, социальным услугам, а также реализацию программ по формированию безбарьерной среды. Кроме того, важно участие общества – работодателей, образовательных учреждений, соседей – в формировании инклюзивного и уважительного отношения к людям с инвалидностью.

1. Какие направления социальной политики в отношении инвалидов вы можете выделить из текста?

2. Какую роль в социальной интеграции инвалидов играет общество?

Ответ:

Задание 219.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Базовые принципы функционирования микроэкономики включают фундаментальные концепции и законы, которые объясняют поведение отдельных агентов экономики, таких как потребители, фирмы и рынки. Одним из основных принципов функционирования микроэкономики выступает рынок труда, который регулируется законами спроса и предложения на труд, а также может быть подвержен внешним факторам, таким как государственное регулирование (например, минимальная заработная плата).

Внимательно прочитайте этапы функционирования рынка труда и расположите их в логической последовательности.

1. Работники предлагают свои услуги на рынке труда.
2. Работодатели определяют потребность в рабочей силе.
3. Включение работников в производственный процесс.
4. В обмен на труд работники получают зарплату.
5. Работодатели и работники достигают соглашения по условиям трудового договора.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 220.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Фундаментальные принципы микроэкономики описывают поведение отдельных экономических субъектов (потребителей, фирм) и функционирование рынков.

Соотнесите элементы из левой и правой колонок, используя базовые принципы функционирования микроэкономики.

	Термин		Определение
1.	Закон спроса	А.	Рынок, на котором множество продавцов и покупателей, и товары являются одинаковыми.
2.	Эластичность спроса	Б.	Дополнительные издержки, которые возникают при производстве одной дополнительной единицы товара.
3.	Совершенная конкуренция	В.	Мера чувствительности спроса или предложения к изменению цены.
4.	Предельные издержки	Г.	Рост цен ведет к снижению спроса на товар при прочих равных условиях.
		Д.	С увеличением использования одного из факторов производства на определенном уровне, отдача от дополнительного использования этого ресурса уменьшается.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 221.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Система национальных счетов (СНС) – это совокупность взаимосвязанных показателей и классификаций, применяемых для отражения информации о всех фазах экономического процесса и функционировании экономики страны в определённый период. СНС связывает важнейшие макроэкономические показатели.

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

Термин			Определение
А.	Валовой национальный продукт (ВНП)	1.	Совокупная рыночная стоимость всей конечной продукции (товаров, работ, услуг), произведённой на территории государства за определённый период времени, как правило, за год
Б.	Валовой внутренний продукт (ВВП)	2.	Макроэкономический показатель, равный величине ВВП, уменьшенной на величину амортизационных отчислений
В.	Чистый внутренний продукт (ЧВП)	3.	Сумма первичных доходов страны, равная чистому внутреннему продукту минус косвенные налоги
Г.	Национальный доход (НД)	4.	Совокупная рыночная стоимость всей конечной продукции, произведенной национальной экономикой за определенный период времени (за год)
Д.	Личный доход (ЛД)	5.	Сумма денег, направленная на личное потребление товаров и услуг, а также накопления домохозяйств
		6.	Денежный доход, полученный населением (домашними хозяйствами) до уплаты налогов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 222.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Под фискальной (бюджетно-налоговой) политикой государства понимают систему мер, направленных на регулирование экономики путем сбора налогов, формирования бюджета и расходования средств этого бюджета. Это совокупность финансовых мероприятий государства по регулированию правительственных расходов и доходов для достижения определенных социально-экономических целей страны.

Задание:

1. Перечислите цели фискальной политики государства.

2. Напишите, какое решение необходимо принять правительству в отношении государственных расходов в период экономического кризиса.

3. Напишите, какое решение необходимо принять правительству в отношении налогов в период стагнации экономики для урегулирования ситуации и оживления экономического роста.

Ответ:

Задание 223.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Солнечный Свет» занимается производством и установкой солнечных панелей. Компания успешно работает на рынке уже 5 лет и имеет стабильный доход. Руководство компании планирует расширение бизнеса и рассматривает различные варианты инвестиций:

Проект А. Строительство нового производственного цеха для увеличения объемов производства. Требуемые инвестиции: 50 млн рублей. Ожидаемый годовой доход: 12 млн рублей. Срок реализации проекта: 2 года.

Проект Б. Инвестиции в разработку и продвижение новой линейки энергоэффективных солнечных панелей. Требуемые инвестиции: 30 млн рублей. Ожидаемый годовой доход: 8 млн рублей. Срок реализации проекта: 3 года.

Проект С. Приобретение доли в перспективном стартапе, разрабатывающем инновационные технологии хранения электроэнергии. Требуемые инвестиции: 20 млн рублей. Ожидаемый годовой доход: не определен, но прогнозируется значительный рост в долгосрочной перспективе. Срок реализации проекта: 5+ лет.

Компания располагает свободным капиталом в размере 70 млн рублей. Ставка дисконтирования (минимально приемлемая доходность инвестиций) для компании составляет 10%.

Задание:

1. Оцените экономическую целесообразность каждого из представленных инвестиционных проектов, используя метод чистой приведенной стоимости (NPV).

2. Назовите три фактора, помимо NPV, которые следует учитывать при принятии инвестиционного решения.

3. Предложите оптимальный инвестиционный портфель для компании «Солнечный Свет» в краткосрочной перспективе, исходя из имеющихся ресурсов.

Ответ:

Задание 224.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективный способ планирования реализации проекта в условиях ограниченных ресурсов и действующих правовых норм:

А. Создание резервного фонда.

Б. Разработка детального графика выполнения задач.

В. Оптимизация использования имеющихся ресурсов.

Г. Проведение анализа рисков.

Д. Формирование команды проекта.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 225.

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

Валовая добавленная стоимость (ВДС) – это показатель результатов экономической деятельности отдельных хозяйствующих субъектов, отраслей и секторов экономики.

Валовая добавленная стоимость представляет собой:

А. Стоимость всех продуктов и услуг, произведенных и оказанных резидентами.

Б. Разность между валовым выпуском и промежуточным потреблением продуктов и услуг.

В. Разность между валовым внутренним продуктом и чистыми налогами на продукты и импорт.

Г. Стоимость всех произведенных продуктов и услуг за конкретный промежуток времени.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 226.

Прочитайте текст задания, запишите решение и ответ.

Одним из базовых принципов функционирования экономики и экономического развития является принцип взаимосвязи предложения и спроса. Предложение – количество товаров и услуг, предлагаемых производителями на рынке, спрос – количество товаров и услуг, которые потребители готовы купить. От баланса предложения и спроса зависят рыночные цены и количество производимых товаров и услуг. Представьте, что на рынке яблок произошли изменения. Рассмотрите ситуацию, где цена яблок возросла на 10%, и спрос на яблоки снизился на 15%. Вам нужно проанализировать эту ситуацию, используя базовые принципы микроэкономики.

Задание:

1. Какой принцип микроэкономики объясняет снижение спроса на яблоки при увеличении их цены?

2. Если спрос на яблоки снизился на 15%, при этом цена повысилась на 10%, какова эластичность спроса по цене на яблоки? Определите, является ли спрос эластичным, неэластичным или единичным.

3. Представьте, что на рынок яблок выходят новые производители, что может произойти с предложением? Объясните, используя принципы микроэкономики.

Ответ:

Задание 227.

Прочитайте текст задания, запишите решение и ответ.

Личный бюджет – это ваш персональный план доходов и расходов на определенный период – месяц, квартал, год. Личный финансовый план (ЛФП) – это инструмент долгосрочного планирования. Он рассчитывает ряд путей к достижению важных для вас целей – чтобы выбрать из них оптимальный.

Представьте, что Вы – молодой специалист, работающий в области маркетинга. Ваш доход составляет 50 000 рублей в месяц. Вы хотите принять экономически обоснованное решение для улучшения вашего финансового положения, повысить уровень жизни и управлять ресурсами наиболее эффективным образом. Рассмотрим ситуацию, в которой вам предстоит принять экономическое решение:

Покупка автомобиля. Вы рассматриваете два варианта покупки автомобиля:

Вариант 1. Купить новый автомобиль стоимостью 1 200 000 рублей, который будет требовать ежемесячных затрат на обслуживание (техническое обслуживание, страхование, топливо) в размере 20 000 рублей.

Вариант 2. Купить подержанный автомобиль стоимостью 500 000 рублей, который требует ежемесячных затрат на обслуживание в размере 12 000 рублей.

Задание:

Учитывая ваш доход, расходы и потребности в мобильности, какой вариант вы выберете и почему?

Ответ:

Задание 228.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Мебельное предприятие на производственной площади 700 м осуществляет производство книжных шкафов. Режим работы предприятия: прерывная рабочая неделя, одна смена, продолжительность смены 8 ч. Технологическая трудоемкость изготовления одного шкафа составляет 14,3 ч. Норма площади одного рабочего места – 20 м. Планом производства

предусмотрен выпуск в среднем 15 шкафов в смену. Количество рабочих дней в году – 250.

Задание:

1. Годовой плановый объем производства книжных шкафов.
2. Производственную мощность мебельного предприятия по производству книжных шкафов.
3. Коэффициент использования производственной мощности.

Ответ:

Задание 229.

Прочитайте текст задания, запишите решение и ответ.

Организация составляет бухгалтерскую (финансовую) отчётность за отчётный период. Некоторые показатели об отдельных видах активов и обязательств, доходов и расходов у организации отсутствуют.

Задание:

1. Необходимо обосновать заполнение соответствующих граф бухгалтерской (финансовой) отчётности.

Ответ:

Задание 230.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вам 28 лет. Вы успешно работаете в IT-компании и зарабатываете стабильный доход. У вас есть небольшая подушка безопасности, но вы хотите более активно управлять своими финансами и подготовиться к долгосрочным целям: покупке квартиры через 5 лет, обеспечению достойной пенсии и возможной оплате обучения детей (пока их нет, но в планах). Вы осознаете, что существует риск потери работы или возникновения непредвиденных расходов.

Задание:

1. Выберите по одному финансовому инструменту, которые вы бы использовали для достижения своих целей (покупка квартиры, пенсия, образование детей).
2. Обоснуйте выбор конкретных инструментов с учетом ваших целей и толерантности к риску.
3. Опишите три меры предосторожности, которые вы бы приняли для контроля финансовых рисков (потеря работы, непредвиденные расходы).

Ответ:

Задание 231.

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

Балансовая прибыль – это прибыль (убыток) до налогообложения,

полученная предприятием от всех видов хозяйственной деятельности (как от обычных видов деятельности, так и от прочих доходов) за определенный период и отраженная в бухгалтерской отчетности.

Величина балансовой прибыли зависит от избранного учётного вектора, нормативная документация позволяет субъектам самостоятельно осуществлять выбор методов воздействия на создание финансовых результатов посредством выбора учетных методов.

Выберите три слагаемых, из суммы которых состоит балансовая прибыль из приведенных ниже:

А. Прибыль от реализации продукции, работ, услуг.

Б. Прибыль от прочей реализации.

В. Прибыль от внереализационных операций.

Г. Чистая прибыль.

Д. Выручка от реализации продукции.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 232.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках прохождения учебной (научно-исследовательской) практики Вам необходимо выполнить исследование для небольшой компании, занимающейся производством и продажей органических продуктов питания. Компания активно развивается, но сталкивается с проблемой сезонности спроса. Летом и осенью продажи растут, а зимой и весной значительно падают. У вас есть возможность влиять на маркетинговую стратегию компании и управлять бюджетом.

Задание:

1. Определите не менее трёх маркетинговых стратегий и инструментов, которые вы бы использовали для сглаживания сезонности спроса и поддержания стабильного уровня продаж в течение всего года.

2. Обоснуйте свой выбор с точки зрения экономической целесообразности и долгосрочной перспективы.

Ответы:

Задание 233.

Прочитайте текст задания, запишите решение и ответ.

Управление личными финансами – это процесс планирования, организации, контроля и анализа доходов, расходов, сбережений и инвестиций. Это умение эффективно распределять имеющиеся ресурсы для достижения финансовых целей и обеспечения финансовой стабильности.

Допустим, спрос на рынке хлеба можно описать следующим уравнением $Q^d = 100 - P$, а предложение $Q^s = 2P - 50$, где P – это цена в руб., а величина спроса Q^d и предложения Q^s в буханках.

Задание:

1. Определите равновесную цену и равновесное количество.

2. Если правительство решит снизить цену до 40 руб., стремясь стимулировать потребителя, к чему это приведет? Определите величины спроса и предложения, наблюдается избыточное предложение (перепроизводство, затоваривание) или избыточный спрос (дефицит)?

Ответ:

Задание 234.

Прочитайте текст задания, запишите решение и ответ.

Управление личными финансами и прибылью предприятия связаны, поскольку ответственное отношение к управлению личными финансами помогает принимать обоснованные финансовые решения и обеспечивает устойчивое развитие бизнеса.

Совокупный доход предприятия «Техно» – 1200 тыс. руб., заработная плата работников составила 400 тыс. руб., затраты на сырье и материалы – 450 тыс. руб., неявные издержки – 80 тыс. руб.

Задание:

1. Рассчитайте бухгалтерскую прибыль.
2. Рассчитайте экономическую прибыль.
3. Дайте определение, что такое прибыль.

Ответ:

Задание 235.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Источником личного располагаемого дохода является:

А. Прибыль от собственности.

Б. Прибыль от сданного в аренду жилья.

В. Трансфертные платежи.

Г. Заработная плата, прибыль от собственности, рентные и трансфертные платежи.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 236.

Прочитайте текст задания, запишите решение и ответ.

Представьте, что вам 25 лет, вы только что получили повышение на работе и теперь ваш ежемесячный доход составляет 80 000 рублей после уплаты налогов. У вас есть следующие финансовые обязательства:

Аренда квартиры: 25 000 рублей в месяц

Кредит за автомобиль: 15 000 рублей в месяц (осталось выплатить 3 года)

Ежемесячные расходы на питание, транспорт и развлечения: около 20 000 рублей

Вы понимаете, что необходимо начать более осознанно управлять своими финансами, чтобы в будущем достичь финансовой стабильности и реализовать свои цели (например, покупка собственной квартиры, путешествия).

Задание:

2. Оцените текущее финансовое положение человека в данной ситуации.

3. Перечислите риски и возможности, которые вы видите.

2. Опишите 3 конкретных шага, которые вы бы порекомендовали предпринять для улучшения управления личными финансами в краткосрочной перспективе (в течение ближайших 6-12 месяцев).

Ответ:

Задание 237.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Имеются такие данные по предприятию в 2024 г.:

Показатели	Значение
1. Стоимость реализованной продукции в 2024 г., тыс. руб.	2970
2. Остатки оборотных средств, тыс. руб.:	
- на 01.01.2024 г.	530
- на 01.04.2024 г.	580
- на 01.07.2024 г.	610
- на 01.10.2024г.	640
- на 01.01.2025 г.	610
3. Количество оборотов оборотных средств в 2023 г.	7

Задание:

Определить, как изменилось количество оборотов и продолжительность одного оборота оборотных средств в 2024 по сравнению с 2023 г.

Ответ:

Задание 238.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – маркетолог в небольшой компании, занимающейся производством органических продуктов питания. Ваша компания планирует запуск нового продукта: органического снека под названием «Здоровый Перекус». Снек состоит из смеси сушеных фруктов, орехов и семян, выращенных на местных фермах с соблюдением принципов органического земледелия. Целевая аудитория – заботящиеся о своем здоровье люди в

возрасте 25-45 лет, проживающие в городах-миллионниках, с доходом выше среднего и интересом к здоровому образу жизни.

Компания планирует продвигать «Здоровый Перекус» через онлайн-каналы (социальные сети, контекстная реклама, блог компании) и в специализированных магазинах здорового питания. Бюджет на первый квартал маркетинговой кампании – 500 000 рублей.

Задание:

1. Перечислите основные экономические и финансовые риски (не менее трех), которые вы видите при запуске «Здорового Перекуса». Опишите методы контроля рисков.

2. Назовите три ключевых показателя эффективности (KPI), которые вы будете отслеживать для оценки рентабельности маркетинговой кампании.

Ответ:

Задание 239.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Менеджеры играют важную роль в реализации гражданских прав и активном участии в жизни общества.

Установите соответствие между ролями менеджера и их влиянием на общество. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Роли менеджера		Влияние на общество	
А.	Социальный предприниматель	1.	Применяет стратегии, учитывающие экологические и социальные аспекты
Б.	Этичный лидер	2.	Создает рабочие места и способствует экономическому развитию.
В.	Участник общественных инициатив	3.	Поддерживает честные практики и уважает права сотрудников
Г.	Защитник устойчивого развития	4.	Вовлекает команду в местные проекты и волонтерство
		5	Инициирует и контролирует новые проекты или инициативы, направленные на повышение эффективности работы и достижение целей организации

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 240.

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

Активное участие граждан в общественной жизни является важным аспектом демократического общества. Граждане могут влиять на принятие решений, участвуя в различных инициативах и мероприятиях. Осознанное

использование своих прав и обязанностей помогает улучшить качество жизни и способствует развитию общества.

Выберите из предложенных вариантов два наиболее эффективных способа активного участия граждан в жизни общества и обоснуйте свой выбор.

А. Участие в выборах и голосование за кандидатов, представляющих интересы сообщества.

Б. Участие в общественных обсуждениях и консультациях по местным инициативам.

В. Игнорирование местных инициатив, так как «это ничего не изменит».

Г. Создание и участие в местных общественных организациях и движениях.

Д. Поддержка только тех инициатив, которые касаются личных интересов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 241.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Альфа» возникли сложности с соблюдением трудовых прав сотрудников. Работники жалуются на несоответствие условий труда законодательству, а также на отсутствие прозрачности в процессах увольнения и повышения. Вам, как консультанту, необходимо проанализировать ситуацию и предложить меры для улучшения соблюдения прав сотрудников.

Задание:

1. Определить основные трудовые права, которые могут быть нарушены в данной ситуации.

2. Предложить меры по улучшению соблюдения трудовых прав сотрудников.

3. Определить критерии оценивания успеха внедренных мер.

Ответ:

Задание 242.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В Российской Федерации гарантированы права и свободы граждан, которые закреплены в Конституции. Каждый гражданин имеет право на участие в выборах, свободно выражать свое мнение, создавать объединения, а также принимать участие в жизни общества. Эти права обеспечивают стабильность и развитие государства, способствуют укреплению правового порядка. Однако для того, чтобы эффективно реализовать эти права, граждане должны быть осведомлены о своих обязанностях и ответственности

перед обществом и государством. Укажите, какое из следующих утверждений лучше всего отражает осознанное участие гражданина в жизни общества с точки зрения национальной безопасности?

А. Гражданин должен активно участвовать в выборах и общественных движениях, при этом не обязан соблюдать законы, если они не соответствуют его личным интересам;

Б. Гражданин обязан соблюдать законы, активно участвовать в жизни общества, в том числе в выборах, а также осознанно и ответственно выполнять свои обязанности;

В. Гражданин может не участвовать в общественной жизни, если не считает это важным для своей личной безопасности;

Г. Гражданин имеет право поддавать критике законы, если они не согласуются с его мировоззрением.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 243.

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

В городе проходит важное общественное обсуждение по вопросу строительства нового завода, который может повлиять на экологию и благополучие местных жителей. В рамках обсуждения организаторы проводят собрание, на котором граждане могут высказать свое мнение и задать вопросы представителям власти и компании, планирующей построить завод. На собрании присутствует несколько групп людей с различными интересами — экологическая организация, жители ближайших домов и представители компании. Вы также решили посетить это собрание, чтобы выразить свою позицию и ознакомиться с множеством мнений. Выберите из перечня действия, которые будут наилучшими в этой ситуации с точки зрения осознанного участия в жизни общества и реализации гражданских прав:

А. Принять участие в собрании и выразить свою точку зрения, внимательно выслушав мнения других участников, чтобы принимать осознанное решение;

Б. Оставить собрание сразу после того, как узнаете о планах компании, если информация, представленная в начале, Вам не нравится;

В. Задать вопросы представителям власти и компании, чтобы понять все аспекты проекта и оценить его влияние на безопасность и благосостояние населения;

Г. Воздержаться от участия в обсуждении, если Ваше мнение расходится с мнением большинства присутствующих.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 244.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – гражданин Российской Федерации, активно интересующийся проблемами экологии в своем регионе. В последние недели в СМИ активно обсуждается проект строительства нового жилого комплекса на месте природного парка, который является важной частью экосистемы вашего города. Многие жители обеспокоены возможными экологическими последствиями этого строительства, и некоторые из них уже организовали митинг в защиту природы. Ваша позиция заключается в том, что строительство может негативно повлиять на экологическую обстановку, но Вы также понимаете важность решения вопроса с точки зрения роста населения и необходимости жилья.

Организаторы митинга пригласили Вас принять участие в обсуждении, и вы планируете выразить свою точку зрения. Вам предстоит выбрать позицию на митинге и подготовить аргументы для своего выступления, которые будут учитывать как защиту экологии, так и необходимость развития инфраструктуры города.

Задание:

1. Определите вашу позицию в этом вопросе как гражданина Российской Федерации.

2. Опишите конкретные меры, которые Вы могли бы предложить для решения проблемы.

3. Объясните, как осознанное участие в жизни общества и соблюдение прав граждан может способствовать обеспечению национальной безопасности.

Ответ:

Задание 245.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность действий, необходимых для предотвращения коррупционного поведения в управленческой деятельности, и расположите их в правильной последовательности:

1. Проведение обучения сотрудников по этическим нормам и антикоррупционному законодательству.

2. Разработка и внедрение внутренней политики по предотвращению коррупции.

3. Создание системы анонимного сообщения о коррупционных действиях.

4. Проведение регулярных аудитов и проверок на наличие коррупционных рисков.

5. Установление четких санкций за коррупционное поведение.

6. Мониторинг и анализ эффективности антикоррупционных мер.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 246.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Этика управленческой деятельности требует от менеджеров не только соблюдения законодательных норм, но и активного противодействия коррупции путем создания системы внутреннего контроля и отчетности. Прочитайте описания трёх различных случаев, связанных с коррупционными практиками в управлении.

Установите соответствие между случаями и этическими нормами, которые они нарушают. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Подходы		Содержательный смысл	
А.	Менеджер получает взятку от поставщика для закупки товаров по завышенной цене.	1.	Принцип беспристрастности
Б.	Руководитель отдела назначает на должности своих родственников без конкурсного отбора.	2.	Принцип честности
В.	Работник сообщает о коррупции и становится жертвой преследования со стороны коллег.	3.	Принцип уважения к правам других
Г.	Руководитель проекта использует служебный автомобиль компании для личных поездок, не сообщая об этом своему начальству и не ведя учёт пробега.	4.	Принцип ответственности
		5	Принцип прозрачности

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г

Задание 247.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях растущей конкуренции соблюдение высоких этических стандартов становится залогом успеха компании. Понимание важности антикоррупционных мер и их внедрение в повседневную практику способствует созданию атмосферы честности и открытости, что укрепляет командный дух и повышает продуктивность. Рассмотрим ситуации, где этическое поведение и антикоррупционные меры играют ключевую роль.

Задание:

1. Вы работаете в команде над проектом, и в процессе обсуждения вы заметили, что один из участников предлагает неэтичные решения, которые могут привести к коррупционным действиям. Это вызывает обеспокоенность у остальных членов команды. Определите меры, которые следует предпринять для предотвращения таких действий и обеспечения соблюдения этических стандартов в команде.

2. В вашей компании начались слухи о возможной коррупции в одном из отделов, и это негативно сказывается на моральном состоянии сотрудников. Вы хотите способствовать созданию прозрачной и этичной рабочей среды. Предложите действия, которые помогут разрешить ситуацию и восстановить доверие среди сотрудников.

Ответ:

Задание 248.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Коррупция является серьезной проблемой, подрывающей основы правового регулирования и этические нормы в управленческой деятельности. Этические ценности, такие как честность, прозрачность и ответственность, играют ключевую роль в борьбе с коррупционным поведением. Важно не только следовать этим ценностям, но и активно демонстрировать нетерпимость к коррупции, как на уровне индивидуального поведения, так и в рамках организаций.

Задание:

1. Определите основные этические ценности, которые должны быть соблюдены для противодействия коррупции в управленческой деятельности.

2. Обоснуйте, как демонстрация нетерпимости к коррупционному поведению может повлиять на организационную культуру и общественное восприятие компании.

Ответ:

Задание 249.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Коррупция – это злоупотребление служебным положением, дача взятки, получение взятки, злоупотребление полномочиями, коммерческий подкуп либо иное незаконное использование физическим лицом своего должностного положения вопреки законным интересам общества и государства в целях получения выгоды. Укажите, какое из следующих действий демонстрирует наибольшую ответственность в контексте борьбы с коррупцией на рабочем месте:

А. Молчание о действиях, которые могут быть интерпретированы как коррупция, чтобы избежать конфликта с коллегами;

Б. Поддержка решения, которое может быть выгодным для организации, несмотря на его явное моральное и этическое несоответствие;

В. Сообщение руководству и компетентным органам о подозрениях на коррупцию, даже если это может вызвать сложности для компании;

Г. Игнорирование нарушения, если оно не затрагивает непосредственно ваши интересы.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 250.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

К начальнику отдела лицензирования и технического регулирования Ространснадзора Хвостову обратился руководитель ОАО «ГЕРАСИМТРАНС.» гражданин Герасимов, предложивший вознаграждение в размере 50 тыс. рублей за ускорение процесса рассмотрения заявления на получение лицензии. Хвостов от предложения с возмущением отказался, ссылаясь на то, что как честный и добросовестный государственный служащий не в праве получать вознаграждение за исполнение служебных (должностных) обязанностей, а также предупредил гражданина Герасимова о том, что в случае повторного обращения к нему с такого рода предложением вынужден будет сообщить об этом в правоохранительные органы.

Задание:

1. Укажите, какие этические принципы продемонстрировал Хвостов, отказавшись от предложения гражданина Герасимова о взятке.

2. Обозначьте, какую роль в данной ситуации играет предупреждения Хвостова о возможных последствиях для Герасимова.

Ответ:

Задание 251.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В государственном учреждении, занимающемся регулированием строительных проектов, работают два сотрудника: начальник отдела контроля строительства Романов И.П. и его подчиненный, старший инспектор Зиновьев А.Г. На одном из совещаний, посвященных проверке соблюдения строительных норм на одном из крупных объектов, к Романову подошел руководитель строительной компании «Дельта-Строй» господин Михайлов и предложил взятку в размере 200 тыс. рублей в обмен на сокрытие нарушений, которые были выявлены на строительном объекте компании. Романов категорически отказал и пригрозил сообщить о предложении взятки в правоохранительные органы. При этом Зиновьев, присутствовавший на совещании, не вмешался в разговор и не сделал никаких попыток предупредить Михайлова о возможных последствиях.

После инцидента Романов обратились в правоохранительные органы, а Зиновьев начал высказывать сомнения относительно того, насколько правомерным был отказ Романова от взятки. Он заявил, что его увольнение или репрессии со стороны руководства за «небольшую сумму» не будут иметь никаких серьезных последствий, и предложил Романову «забыть» об этом инциденте.

Задание:

1. Назовите этические принципы, которые продемонстрировал гражданин Романов, отказавшись от действий коррупционного характера.

2. Укажите обязательства и ответственность, которые возникли у Зиновьева в этой ситуации.

3. Обозначьте роль и значение сообщения Романова в правоохранительные органы для дальнейшего предотвращения коррупционных действий в этом учреждении.

Задание 252.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективный способ выявления и оценки коррупционных рисков в организации:

А. Проведение регулярного внутреннего аудита.

Б. Создание анонимной горячей линии для сотрудников.

В. Обучение сотрудников антикоррупционным стандартам поведения.

Г. Анализ и мониторинг отчетности по финансовым операциям.

Д. Внедрение кодекса этики и поведения.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 253.

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

В условиях современного бизнеса антикоррупционные меры становятся неотъемлемой частью корпоративной культуры. Эффективное управление коррупционными рисками требует от организаций внедрения четких стандартов и практик, направленных на минимизацию возможностей для коррупционных действий.

Выберите из предложенных наиболее важные меры, которые организация должна внедрить для снижения коррупционных рисков:

А. Проведение регулярных аудитов финансовых и управленческих процессов.

Б. Заключение секретных соглашений с партнерами для повышения конкурентоспособности.

В. Разработка внутреннего кодекса этики и антикоррупционной политики.

Г. Создание системы мониторинга и оценки антикоррупционных мер.

Д. Игнорирование мелких нарушений, так как они не имеют значения.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 254.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «Альфа» возникли подозрения в коррупционных действиях среди сотрудников, связанных с заключением контрактов с поставщиками. Руководство решило провести внутреннее расследование, но сотрудники боятся сообщать о возможных нарушениях. Вам, как консультанту, необходимо предложить меры по минимизации коррупционных рисков и созданию безопасной среды для сообщения о коррупции.

Задание:

1. Определите основные коррупционные риски, связанные с заключением контрактов.
2. Предложите меры по созданию системы анонимного сообщения о коррупционных действиях.
3. Определите критерии оценивания успешности внедренных мер.

Ответ:

Задание 255.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В одном из региональных отделений Министерства экологии и природных ресурсов работают два сотрудника: начальник отдела охраны природы Чернов А.М. и его подчиненный, старший эколог Коновалов Д.В. На очередной проверке одного из крупных заводов по переработке отходов Коновалов и Чернов обнаружили, что предприятие нарушает экологические нормы, загрязняя реку в близлежащем районе. В ходе обсуждения результатов проверки директор завода, господин Лебедев, предложил Чернову сумму в 300 тыс. рублей за сокрытие информации о нарушениях и возможность избежать штрафов. Чернов, несмотря на соблазн, решительно отказал и пообещал уведомить правоохранительные органы о попытке взяточничества.

Однако, Коновалов, который также присутствовал на встрече, не отреагировал на ситуацию. Позже, при обсуждении инцидента в служебной обстановке, Коновалов выразил сомнение в правильности поступка Чернова, утверждая, что за такую сумму можно было бы «устроить ситуацию» иначе, не создавая проблем для завода.

Задание:

1. Назовите этические принципы, которые продемонстрировал гражданин Чернов, отказавшись от действий коррупционного характера.

2. Укажите обязательства и ответственность, которые возникли у Коновалова в этой ситуации.

3. Предложите шаги, которые следует предпринять для создания эффективной антикоррупционной среды в министерстве.

Ответ:

Задание 256.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В государственном учреждении, которое занимается разработкой и контролем за строительными проектами, работает группа специалистов, в том числе начальник отдела контроля строительства, Иванов А.И. и его подчиненный, инженер-эколог Петров В.Н. На одном из совещаний, посвященных строительному проекту в крупном жилом комплексе, Иванов обнаружил несколько нарушений в проектной документации, которые могли повлиять на безопасность и экологическую ситуацию в районе строительства. Однако он не стал сразу отчитываться об этом руководству и не сообщил об ошибках в проекте, понимая, что это может вызвать задержки в реализации проекта и потерю бюджета. Вместо этого Иванов предложил Петрову, который хорошо знал подрядчиков, поговорить с ними и «найти оптимальное решение», которое бы позволило скрыть некоторые проблемы, чтобы проект не затянулся. Петров, не высказывая открытого согласия, согласился обсуждать возможные пути решения, но выразил сомнение, насколько законным будет сокрытие нарушений.

Задание:

1. Назовите виды коррупционных рисков в данной ситуации.

2. Укажите меры, которые необходимо предпринять для минимизации коррупционных рисков в данной ситуации.

Ответ:

Задание 257.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Государственный служащий Яковлев А.А. подал заявление с просьбой предоставить ему отпуск по личным обстоятельствам сроком на 10 суток в связи с рождением ребенка. Руководитель департамента отказал Яковлеву в подписании его заявления, мотивируя это тем, что рождение ребенка не входит в перечень обязательных оснований для предоставления отпуска. Тогда Яковлев пришел к нему снова с бутылкой дорогого коньяка за 1 000 руб., отдал ее, после чего руководитель разрешил ему убыть в отпуск.

Задание:

1. Укажите, как можно квалифицировать действия данных служащих.

2. Обозначьте, совершил ли руководитель преступление, предусмотренное ст. 290 УК РФ (получение взятки).

3. Укажите, влияет ли стоимость переданного имущества (1 000 руб.) на квалификацию такого действия в качестве коррупционного.

Ответ:

Задание 258.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Министерству отдельной строкой было выделено бюджетное финансирование на закупку специального оборудования на сумму в 50 млн. руб. Оборудование планировалось закупать в октябре, когда будут подготовлены соответствующие помещения. В первой половине года из-за появления новых фирм, выпускающих требуемое оборудование, его стоимость снизилась на 15-20 %, в результате чего стала очевидной возможность экономии средств по этой бюджетной статье (при этом количественное или качественное изменение объемов закупки невозможно из-за ограничений по площади помещений и функционалу). Из-за изменения ситуации на рынке экономия выделенных бюджетных средств может составить 3-4 млн. руб. В силу жесткости финансового законодательства перенос этих средств на любые другие статьи невозможен, поэтому они должны быть возвращены в бюджет. Последствием возвращения средств в бюджет с большой вероятностью станет пропорциональное сокращение бюджета министерства на следующий финансовый год по данной статье. Специалист управления заказов министерства Фирсов К.И. при подготовке конкурсной документации указал цену контракта в полном объеме поступивших денежных средств — 50 млн. руб., изначально зная, что можно сэкономить. Тем более по телефону он уже общался с представителем одного из участников закупки — ООО «Стройтрест», который обещал пригласить его в ресторан на праздничный банкет, посвященный юбилею фирмы и заключению такого выгодного контракта с Министерством.

Задание:

1. Укажите, нарушил ли специалист Фирсов К.И. закон, сообщив завышенную цену контракта в конкурсной документации.

2. Укажите, как следует квалифицировать предложение представителя ООО «Стройтрест» пригласить Фирсова К.И. на банкет.

3. Обозначьте последствия для Фирсова К.И. и ООО «Стройтрест» в случае, если данные действия будут признаны коррупционными.

Ответ:

Задание 259.

Прочитайте текст и установите последовательность действий.

Процесс развития управленческой мысли нашел свое отражение в различных моделях управленческого характера, которые специалисты в данной области создавали, а затем и осуществляли на практике. При координации экономическими процессами данные потребности полностью

обусловлены материальной и технологической базой производства, а также управленческой науки как таковой.

Расставьте в правильной последовательности этапы развития управленческой мысли.

1. Промышленный переворот.
2. Эпоха массового сбыта.
3. Постиндустриальное общество.
4. Эпоха массового производства.
5. Постэкономическая эпоха.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 260.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Процесс развития науки управления можно отследить путем обзора школ управления, так как они предлагают различные подходы к управлению организацией и помогают повысить её эффективность и продуктивность.

Соотнесите школы управления с их представителями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Название школы управления		Представители школ управления	
А.	Школа научного управления	1.	Р. Акофф, Л. Берталанфи, С. Бир, А. Гольдбергер, Д. Фосрестер, Р. Люс, Л. Клейн, Н. Джорджеску-Реган
Б.	Административная (классическая) школа	2.	А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. Макгрегор, У. Оучи, Р. Лайкерт, К. Альдерфер
В.	Школа человеческих отношений	3.	А. Файоль, М. Вебер, Л. Гьюлик, Л. Урвик, А.Слоун
Г.	Школа поведенческих наук	4.	Ф. Тейлор, Ф. и Л. Гилбреты, Г. Гантт, Г. Форд, Г. Эммерсон, М. Кук
Д.	Школа науки управления (количественная)	5.	Г. Мюнстерберг, М. Фоллет, Д. Мэйо, Ч. Бернард
		6.	А. Маршалл, И. Фишер, Л. Вальрас, А. Пигу, А. Смит

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 261.

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

Организационная структура управления определяет распределение полномочий, ответственности и взаимодействие между подразделениями компании. Выбор оптимальной структуры влияет на эффективность управления, скорость принятия решений и адаптивность организации к изменениям.

Какая организационная структура предполагает жесткую иерархию, где каждый сотрудник подчиняется только одному руководителю, а управление осуществляется по функциональному принципу?

А. Матричная структура.

Б. Дивизиональная структура.

В. Линейно-функциональная структура.

Г. Сетевая структура.

Д. Проектная структура.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 262.

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

Организационная деятельность представляет собой сложный процесс взаимодействия между активными и пассивными участниками. Субъекты организационной деятельности – это лица, которые непосредственно осуществляют управление, принимают решения и несут ответственность за результаты работы.

Объекты организационной деятельности – это пассивные элементы, на которые направлено управляющее воздействие.

Анализ этих категорий особенно важен при проектировании организационных структур, разработке систем мотивации и оценке эффективности управленческих решений. В предлагаемом тестовом задании требуется идентифицировать типичных представителей обеих групп в контексте реальной организационной деятельности.

Какие элементы относятся к субъектам и объектам организационной деятельности?

А. Руководитель отдела.

Б. Офисное здание.

В. Бухгалтерский учёт.

Г. Менеджер проекта.

Д. Компьютерная программа.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 263.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

В рамках учебной практики необходимо решить задание. Компания-производитель спортивного питания столкнулась с ростом затрат на хранение запасов (+25% за квартал) и падением оборачиваемости товаров (с 8 до 5 оборотов в год). Маркетинговый отдел жалуется на частые срывы поставок в розничные сети, что снижает лояльность клиентов.

Какое решение наиболее эффективно снизит логистические издержки и улучшит доступность товара?

А. Увеличить страховой запас на складах на 30% для предотвращения дефицита.

Б. Сократить частоту заказов у поставщиков, закупая крупные партии.

В. Внедрить систему JIT (Just-in-Time) с ежедневными поставками от локальных поставщиков.

Г. Перейти на поставщиков с более низкими ценами, но увеличенным сроком доставки.

Д. Автоматизировать складские процессы для ускорения обработки заказов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 264.

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

В рамках учебной практики необходимо решить задание. Компания планирует запустить новый продукт – экологичную зубную пасту. Маркетинговый отдел столкнулся с проблемами:

- неопределенность в ценообразовании (премиум или средний сегмент);
- сложности в позиционировании продукта на переполненном рынке.

Какие два инструмента из перечисленных наиболее эффективны для решения этих проблем? Обоснуйте выбор, опираясь на экономическую и управленческую теорию.

А. Провести SWOT-анализ для оценки внутренних и внешних факторов.

Б. Использовать ценовую дискриминацию (разные цены для разных групп клиентов).

В. Увеличить рекламный бюджет без предварительного анализа целевой аудитории.

Г. Применить модель BCG для анализа продуктового портфеля.

Д. Провести сегментацию рынка на основе демографических и поведенческих данных.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 265.

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

В рамках производственной практики необходимо решить задание. Компания запустила рекламу нового фитнес-браслета в ВКонтакте и Одноклассники. Через 2 недели данные показывают:

- CTR (кликабельность) – 1,2% (при целевом 3%);
- конверсия в покупку – 0,8% (норма для отрасли — 2%);
- средняя стоимость лида – 1200 руб (бюджет превышен на 20%).

Какие два решения из предложенных наиболее эффективны для повышения конверсии и снижения стоимости лида? Обоснуйте выбор, опираясь на маркетинговые теории и практику.

А. Увеличить рекламный бюджет на 30% без изменения креативов.

Б. Провести A/B-тестирование заголовков и изображений в объявлениях.

В. Сменить целевую аудиторию на «всех пользователей 18–60 лет».

Г. Внедрить ретаргетинг для пользователей, посетивших сайт, но не купивших товар.

Д. Добавить в креативы срочные призывы к действию («Только сегодня скидка 50%!»).

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 266.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках производственной практики необходимо решить задание. Компания продает экологичную косметику через интернет-магазин. После запуска рекламы в Google Ads и соцсетях трафик вырос на 40%, но конверсия в покупку осталась низкой - 1,5% (при целевом показателе 4%).

Данные:

- среднее время на сайте - 1 минута 20 секунд;
- 65% пользователей уходят после просмотра карточки товара;
- в отзывах клиенты жалуются на «неочевидную доставку» и «сложный процесс оплаты».

Задание:

1. Предложите 2 оперативных действия для повышения конверсии сайта в течение 2 недель.
2. Обоснуйте решения, используя маркетинговые теории и практические инструменты.

Ответ:

Задание 267.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Проектирование организационных систем – это процесс создания структуры управления компанией, который определяет распределение функций, полномочий и ответственности между подразделениями и сотрудниками. Грамотно спроектированная организационная система повышает эффективность работы, минимизирует конфликты и способствует достижению стратегических целей.

Задание:

Определите основные этапы проектирования организационной системы компании.

Ответ:

Задание 268.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Организационная культура – это система ценностей, норм, традиций и правил поведения, которые разделяют сотрудники компании. Она влияет на мотивацию персонала, эффективность работы и лояльность к организации. Сильная корпоративная культура способствует достижению стратегических целей, тогда как слабая или токсичная культура может привести к текучести кадров, конфликтам и снижению продуктивности.

Компания «ТехноПрогресс», занимающаяся разработкой программного обеспечения, столкнулась с проблемами: низкая вовлечённость сотрудников, конфликты между отделами, высокая текучесть кадров.

Руководство компании решило пересмотреть организационную культуру.

Задание:

1. Перечислите методы диагностики организационной культуры, которые можно применить в компании.
2. Назовите меры, которые позволят положительно скорректировать организационную культуру для повышения вовлечённости сотрудников и улучшения бизнес-результатов.

Ответ:

Задание 269.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ЭкоПродукт», специализирующаяся на производстве органических продуктов питания, планирует обновить свою маркетинговую стратегию, используя современные методы управленческих решений и развивая способность эффективно решать профессиональные задачи в сфере управления. Это решение было принято на фоне снижения объемов продаж в одном из крупных городов. Проведенный анализ показал, что конкуренты активно используют цифровые каналы продвижения, в то время как нынешняя

рекламная стратегия «ЭкоПродукта» сосредоточена преимущественно на традиционных СМИ: телевидении, радио и печатной рекламе.

Задание:

Перечислите и опишите этапы принятия управленческих решений для разработки новой маркетинговой стратегии, с учетом ситуации.

Ответ:

Задание 270.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Принятие управленческих решений требует глубокого понимания и способности аргументированно обосновать их эффективность, опираясь на знания экономической, организационной и управленческой теории, чтобы доказать их состоятельность и соответствие целям организации.

Вы возглавляете отдел маркетинга в крупной телекоммуникационной компании, которая недавно представила новый тарифный план, рассчитанный на молодежь. Спустя три месяца после запуска стало очевидно, что продажи значительно уступают прогнозируемым показателям. Исследование выявило несколько ключевых проблем: низкая осведомленность целевой аудитории о новом тарифе, недостаток дифференцирования предложения от конкурентов и сложности в понимании условий тарифа потенциальными клиентами. Вам поручено разработать стратегию корректировки маркетинговых усилий для повышения продаж нового тарифного плана. Уже были выполнены: анализ текущей ситуации, SWOT-анализ для оценки внутренней среды компании и внешних факторов, а также PESTEL-анализ для оценки воздействия макроэкономической среды. Предложены три альтернативные стратегии:
1. Запуск масштабной рекламной кампании для увеличения осведомленности.
2. Переработка условий тарифа для повышения привлекательности и ясности.
3. Расширение каналов продвижения, включая социальные сети и партнерские программы.

Основная цель – увеличить продажи нового тарифного плана сверх изначальных прогнозов.

Задание:

1. Выберите одну или две из предложенных альтернативных стратегий.
2. Предложите конкретные шаги для реализации выбранной стратегии.

Ответ:

Задание 271.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела стратегического планирования в крупной производственной компании. Ваша команда работает над разработкой нового продукта, который должен выйти на рынок через полгода. Проект находится на стадии финальной доработки, и вам предстоит

принять решение о запуске производства. Однако возникли следующие проблемы:

Технические сложности: некоторые компоненты продукта оказались сложнее в производстве, чем ожидалось, что увеличивает затраты и время на производство.

Конфликт внутри команды: между ведущими инженерами проекта возник конфликт из-за различий во взглядах на технические решения. Это привело к задержкам в работе и снижению мотивации сотрудников.

Изменение рыночных условий: конкуренты неожиданно выпустили аналогичный продукт раньше запланированного срока, что ставит под сомнение уникальность вашего предложения.

Риски безопасности: в ходе тестирования были выявлены потенциальные риски для здоровья потребителей, связанные с одним из компонентов продукта.

Вам нужно принять решение: стоит ли отложить запуск продукта до устранения всех проблем или рискнуть и запустить его в срок, несмотря на существующие риски.

Задание:

1. Перечислите факторы человеческого влияния, которые могут повлиять на принятие решения.
2. Раскрыть возможные последствия принятия решения с учетом человеческого фактора.
3. Перечислите не менее пяти мер, которые Вы бы предприняли, для минимизации негативных последствий и улучшения процесса принятия решения

Ответ:

Задание 272.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «ТехноИмпульс», специализирующаяся на производстве высокотехнологичного оборудования для нефтегазовой отрасли, рассматривает возможность выхода на новый рынок – рынок возобновляемой энергетики. В рамках стратегического планирования маркетинговой деятельности необходимо принять решение о приоритетном сегменте для целевого воздействия.

Какой из нижеперечисленных аргументов является наиболее обоснованным при выборе сегмента потребителей (компаний) для продвижения продукции «ТехноИмпульс» на рынке возобновляемой энергетики?

А. Ориентация на крупные энергетические компании, уже имеющие значительные активы в традиционной энергетике, с целью диверсификации их портфеля.

Б. Фокус на стартапы в сфере возобновляемой энергетики, предлагающие инновационные решения, но ограниченные в финансовых ресурсах.

В. Привлечение государственных организаций, ответственных за реализацию программ по развитию возобновляемой энергетики в регионе.

Г. Ориентация на частных инвесторов, заинтересованных в финансировании проектов в области возобновляемой энергетики.

Д. Сосредоточение усилий на популяризации продукции среди конечных потребителей (домашние хозяйства), использующих солнечные панели и ветрогенераторы.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 273.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите технологическую практику в компании. Компания планирует запустить новый энергетический напиток, ориентированный на студентов (целевая аудитория (ЦА): 18–24 года). Маркетинговый отдел предлагает два варианта рекламной кампании:

Цифровой канал: таргетированная реклама в соцсетях (Вконтакте, TikTok) + коллаборации с локальными инфлюенсерами.

Традиционный канал: телевизионные ролики в прайм-тайм + радиореклама на молодёжных станциях.

Данные:

Бюджет: ограничен, приоритет – эффективное использование средств.

ЦА: 82% активны в соцсетях ≥4 часа в день (исследование Nielsen, 2023).

Охват: ТВ/радио – 5 млн человек, соцсети – 2 млн.

Стоимость контакта: ТВ/радио – 0,10 за человека, соцсети – 0,10 у.е. за человека, соцсети – 0,03 у.е.

Engagement rate: у инфлюенсеров в соцсетях – 8%, у ТВ-рекламы – 1,5%.

Задание:

1. Выберите оптимальный канал и приведите минимум 3 аргумента своего решения.

2. Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 274.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

С учетом использования методов тактического и оперативного управления в работе организаций, определите среди предложенных вариантов

наиболее эффективный для психологической активизации и мотивации сотрудников при реализации управленческих задач.

А. Метод мозговой атаки

Б. Метод рефлексивного управления

В. Метод социального подкрепления

Г. Метод ролевой игры

Д. Метод повышения квалификации

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 275.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы генеральный директор небольшой IT-компании, разрабатывающей программное обеспечение для малого и среднего бизнеса. Компания активно растет, и перед вами стоит задача выбора стратегии развития на следующие три года. Возможные варианты стратегий:

Расширение продуктового портфеля новыми решениями для текущих клиентов.

Выход на новые рынки с существующими продуктами.

Инвестиции в исследования и разработки для создания инновационных продуктов.

Укрепление позиций на текущих рынках при помощи улучшения сервиса и увеличения рыночной доли.

Необходимо проанализировать условия и факторы, влияющие на качество управленческих решений, чтобы выбрать оптимальную стратегию.

Задания:

1. Определите внешние и внутренние факторы, которые будут влиять на принятие качественного управленческого решения в вашей ситуации.

2. Перечислите критерии качества управленческих решений, которыми вы будете руководствоваться при выборе стратегии.

3. Укажите методы анализа и прогнозирования, которые помогут оценить предложенные стратегии.

Ответ:

Задание 276.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Эффективные Технологии» специализируется на производстве инновационных IT-решений для бизнеса. В связи с внезапным ростом спроса на их продукцию, руководство столкнулось с необходимостью оперативного увеличения производственных мощностей. Однако, существуют ограничения по финансированию и кадровому потенциалу.

Задание:

1. Оцените сложившуюся ситуацию и определите ключевые проблемы, которые необходимо решить для увеличения производственных мощностей и сформулируйте запрос на дополнительные сведения, которые могут понадобиться для принятия обоснованного решения.

2. Разработайте план действий по увеличению производственных мощностей, учитывая ограничения по финансированию и кадровому потенциалу. Включите в план возможные тактические и оперативные решения.

3. Оцените потенциальные риски и разработайте стратегию их минимизации.

Ответ:

Задание 277.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В рамках учебной практики выполните задание. Компания «Альфа», занимающаяся дистрибуцией FMCG, столкнулась с проблемой роста затрат на транспортировку из-за неэффективного планирования маршрутов. Необходимо оптимизировать маршруты доставки продукции от центрального склада до розничных точек, минимизируя суммарный пробег и затраты на топливо.

Задание:

1. Какой метод (или комбинацию методов) вы порекомендуете для решения данной задачи?

2. Обоснуйте свой выбор, указав преимущества и недостатки предложенного метода.

Ответ:

Задание 278.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите технологическую практику в компании. Компания запустила новый продукт – умную бутылку для воды с функцией напоминания о питье. Через неделю после старта кампании во Вконтакте и TikTok маркетолог получает данные:

Трафик на сайт: 50 тыс. посещений.

Конверсия в покупку: 1,2% (при целевом показателе 3%).

Отзывы: 30% негативных комментариев о сложности синхронизации бутылки с приложением.

CTR рекламы: 0,8% (средний по отрасли – 2%).

Задание:

1. Определите 2-3 оперативных действия для повышения конверсии в ближайшие 7 дней.

2. Аргументируйте выбор, опираясь на данные.

Ответ:

Задание 279.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность шагов для поиска источников информации внешней среды бизнеса, чтобы обосновать управленческие решения относительно выхода на рынок:

1. Выбор методов сбора информации (например, качественные и количественные исследования).
2. Поиск и отбор первичных и вторичных источников информации (например, исследования, отчеты, статистика).
3. Анализ полученной информации на предмет социально-экономических и финансовых показателей.
4. Оценка альтернативных управленческих решений, основанных на полученных данных (например, выбор стратегии выхода на рынок).
5. Определение целей исследования (например, анализ целевой аудитории и конкуренции).

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 280.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Использование современных информационных технологий и соответствующих инструментов обработки данных дает возможность принимать обоснованные решения и минимизировать риски при выходе на новый рынок. Компании «TechNova» стремится выйти на новый рынок с инновационным продуктом. Задача компании состоит в проведении анализа внешней среды и выборе соответствующего инструментария для обработки и анализа данных, чтобы поддержать принятие финансово-организационных решений.

Задание:

1. Назовите не менее трёх инструментов (программное обеспечение), которое следует выбрать для сбора данных о целевой аудитории и конкурентной среде? Обоснуйте свой выбор.
2. Определите одну из наиболее современных информационных технологий, которые могут помочь в анализе рыночных трендов и формировании базовых финансовых организационных решений.
3. Определите результаты анализа, которые могут повлиять на стратегию выхода компании «TechNova» на новый рынок.

Ответ:

Задание 281.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Эффективные Решения» специализируется на предоставлении консультационных услуг в области управления и развития бизнеса. В настоящее время компания столкнулась с необходимостью оптимизации своих внутренних процессов для повышения эффективности работы и улучшения финансовых показателей.

Основные цели компании включают: повышение прибыльности на 15% в течение следующих 12 месяцев; улучшение качества обслуживания клиентов, что должно привести к увеличению лояльности клиентов на 20%; сокращение операционных затрат на 10%.

Для достижения этих целей необходимо выявить и обосновать наиболее эффективные источники информации, которые помогут в разработке и реализации управленческих решений.

Задание:

1. Укажите источники информации используемые для анализа текущего состояния компании и выявления возможных направлений для улучшения

2. Назовите методы, используемые для оценки эффективности различных управленческих решений с точки зрения их социально-экономической и финансовой результативности.

3. Перечислите показатели, которые необходимо контролировать для оценки продвижения к целям.

Ответ:

Задание 282.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Расположите этапы поиска информации в порядке их логической последовательности:

1. Формулировка поискового запроса с использованием ключевых слов.

2. Систематизация полученных данных.

3.Оценка надежности и актуальности найденных источников.

4. Определение цели поиска и необходимых видов информации.

5. Анализ полученных данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 283.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Выберите из перечисленных методов наиболее эффективный для первоначального поиска источников информации, необходимых для

обоснования выбора управленческого решения, направленного на повышение социально-экономической результативности предприятия, в условиях ограниченного бюджета:

А. Заказ дорогостоящего аналитического исследования в специализированном консалтинговом агентстве.

Б. Проведение углубленного анализа патентной документации по смежным отраслям.

В. Использование открытых баз данных и статистических сборников, публикуемых государственными органами и международными организациями (например, Росстат, Всемирный банк).

Г. Организация фокус-группы с участием ключевых сотрудников предприятия для выявления «узких мест».

Д. Индивидуальное принятие решения.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 284.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в крупной производственной компании «ТехПром». Компания планирует расширение ассортимента продукции и выход на новые рынки. Руководство поручило вам разработать стратегию финансирования этого проекта, учитывая необходимость оптимизации затрат и максимизации прибыли. Для этого вам необходимо собрать и проанализировать информацию из различных источников, чтобы обосновать выбор наиболее эффективных управленческих решений.

Задание:

1. Назовите и кратко опишите источники информации, которые вы будете использовать для сбора данных, необходимых для разработки стратегии финансирования проекта.

2. Приведите и кратко опишите показатели социально-экономической и финансовой результативности, которые вы будете учитывать при анализе вариантов управленческих решений.

3. Предложите методы анализа данных для обоснования выбора наиболее эффективного варианта финансирования проекта?

Ответ:

Задание 285.

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

Для анализа внешней среды бизнеса наиболее подходящими инструментами являются CRM-система и статистический анализатор, так как

они позволяют собирать, обрабатывать и анализировать данные на более глубоком уровне.

Компания «Донпротех» работает на рынке бытовой техники с 2014 года, для определения новых возможностей для роста компания проводит анализ внешней среды отрасли. Необходимо выбрать инструменты и технологии, которые помогут в обработке и анализе данных о рынке, конкурентах и потребителях. Выберите из предложенных инструментов или технологий две наиболее эффективные для достижения этой цели?

Варианты ответов:

А. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM)

Б. Платформа для проведения веб-опросов и анкетирования.

В. Программное обеспечение для обработки больших данны.

Г. Статистический анализатор, для проведения сложной статистической обработки данных.

Д. Платформа для создания визуализаций данных.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 286.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Использование современных информационных технологий и программного обеспечения позволяет провести количественный анализ и оценить потенциальные риски и выгоды внешней среды бизнеса достаточно быстро и точно.

Консультационная компания «Стрит индастри» исследует внешнюю среду для потенциального выхода клиента на новый рынок. Клиент – компания, производящая экопродукты, заинтересован в расширении своей деятельности в восточноевропейском регионе. Специалистам необходимо использовать инструменты и технологии для анализа внешней среды и формирования рекомендаций.

Задание:

1. Назовите два источника информации, необходимые для сбора данных о рынке экопродуктов в восточноевропейском регионе.

2. Определите универсальный метод маркетингового анализа, с помощью которого можно анализировать конкурентов на выбранном рынке.

3. Назовите три ключевых фактора внешней среды, которые имеют наибольшее влияние при выходе компании на рынки других регионов и стран.

Ответ:

Задание 287.

Внимательно прочитайте предложенные варианты ответа, выберите правильные ответы, запишите аргументы, обосновывающие выбор ответов.

В состав годовой бухгалтерской (финансовой) отчётности коммерческих организаций включаются:

А. Бухгалтерский баланс.

Б. Отчёт о финансовых результатах.

В. Отчёт о целевом использовании средств.

Г. Отчёт о деятельности и персональном составе руководящих органов и работников.

Ответ:

Задание 288.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

По данным бухгалтерского баланса организации на 01.01 текущего года оборотные активы составляют – 10300 тыс. руб., капитал и резервы – 14200 тыс. руб., краткосрочные обязательства – 4600 тыс. руб.

Задание:

1. Раскройте сущность и приведите оптимальное значение коэффициента текущей ликвидности.

2. Рассчитайте коэффициент текущей ликвидности.

3. Сделайте вывод о платёжеспособности организации.

Ответ:

Задание 289.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Икс» планирует запустить новый продукт на рынок. Ожидается, что объем продаж составит 50000 единиц в год. Цена продажи одной единицы продукта составит 500 руб. Переменные затраты на производство одной единицы продукта составят 300 руб. Постоянные затраты, связанные с производством и продажей продукта, составят 5000000 руб. в год.

Задание:

1. Определить точку безубыточности в единицах.

2. Определить точку безубыточности в рублях.

3. Проанализировать, как изменение цены продажи или переменных затрат повлияет на точку безубыточности.

Ответ:

Задание 290.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность этапов выбора инструментария обработки и анализа данных, а также применения современных информационных технологий и программного обеспечения для формирования базы финансово-организационных решений:

1. Анализ текущих бизнес-процессов и выявление потребностей в данных.
2. Выбор программного обеспечения для обработки и анализа данных.
3. Определение целей и задач финансового менеджмента.
4. Оценка эффективности выбранного инструментария.
5. Разработка плана внедрения выбранного программного обеспечения.
6. Обучение персонала работе с новым программным обеспечением.
7. Сбор и обработка данных с использованием выбранного программного обеспечения.
8. Формирование базы финансово-организационных решений на основе анализа данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 291.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Современные технологии играют важную роль в оптимизации логистических процессов и повышении эффективности управления цепочками поставок. В условиях растущего объема данных и усложнения операций, правильное использование инструментов обработки данных, информационных технологий и программного обеспечения становится критически важным для принятия обоснованных решений и улучшения финансовых показателей компании.

Соотнесите инструменты обработки данных и соответствующие им определения.

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

Инструменты обработки данных		Определение инструмента обработки данных	
А	План-факт анализ	1	Оптимизация маршрутов и прогнозирование спроса
Б	Предиктивная аналитика	2	Управление транспортными процессами
В	TMS-системы	3	Обработка больших объемов структурированных данных
Г	Большие данные	4	Автоматизация документооборота
Д	Метод ABC-анализа	5	Сопоставление плановых и фактических показателей
		6	Выделение приоритетных товаров/задач

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 292.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «Гамма-Инвест», специализирующейся на венчурных инвестициях в технологические стартапы, которая столкнулась с необходимостью оптимизации процесса принятия инвестиционных решений. В связи с расширением пула рассматриваемых проектов, текущие методы анализа, основанные на ручной обработке данных и использовании табличных процессоров, перестали обеспечивать необходимую скорость и глубину анализа. Команде аналитиков поручено разработать и внедрить более эффективный инструментарий для обработки и анализа данных, позволяющий повысить точность прогнозирования потенциальной доходности и рисков инвестиций.

Задание:

1. Предложите три современные информационные технологии, которые было бы целесообразно внедрить для автоматизации сбора, обработки и анализа данных о стартапах, учитывая необходимость анализа как количественных (финансовые показатели, метрики роста), так и качественных (оценка команды, рыночная привлекательность) параметров.

2. Приведите три метода обеспечения эффективного взаимодействия между аналитиками, инвестиционными менеджерами и руководством для оперативного принятия финансово-организационных решений.

Ответ:

Задание 293.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Использование современных технологий и программного обеспечения помогает создать надежную базу для финансово-организационных решений, поддерживая принятие стратегических решений в условиях изменяющейся внешней среды.

Компания «ИнноваТех» разрабатывает современные технологии в области искусственного интеллекта и беспилотных систем. Для определения стратегий развития в условиях быстро меняющейся внешней среды, руководство решает использовать Форсайт-технологии.

Задание:

1.Определите два метода для определения значимых трендов и факторов будущего, влияющих на развитие компании при использовании Форсайт-технологий.

2. Сделайте краткий вывод о том, как влияют Форсайт-технологии на принятие решений в маркетинге.

Ответ:

Задание 294.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Хорошо известная компания разрабатывает новое фитнес-приложение. Перед запуском необходимо провести тщательный анализ внешней среды, особенно в части конкурентов.

Задание:

Назовите три типа информационно-аналитических систем, которые следует использовать для сбора информации о ключевых конкурентах (например, Nike Training Club, Peloton, MyFitnessPal). Обоснуйте выбор каждой системы, объяснив, какие конкретные данные о конкурентах она позволит получить.

Ответ:

Задание 295.

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

Компания рассматривает возможность инвестирования в новый проект. Анализ денежных потоков показал, что чистая приведенная стоимость (NPV) проекта положительна, но внутренняя норма доходности (IRR) ниже требуемой ставки доходности компании. Срок окупаемости проекта также превышает установленный компанией лимит.

Какие факторы следует учитывать при принятии окончательного решения об инвестировании в проект?

А. Только показатель NPV

Б. Только показатель IRR

В. Только срок окупаемости

Г. Чувствительность NPV к изменениям ключевых переменных

Д. Стратегическое соответствие проекта целям компании

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 296.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания планирует приобрести новое оборудование стоимостью 1200000 руб. Ожидается, что оборудование прослужит 6 лет, после чего его можно будет продать за 150000 руб. Использование нового оборудования позволит компании снизить операционные расходы на 300000 руб. в год. Для финансирования покупки компания планирует взять кредит под 10% годовых. Ставка налога на прибыль составляет 20%.

Задание:

1. Рассчитать чистый денежный поток от использования нового оборудования за каждый год.

2. Рассчитать срок окупаемости проекта.

3. Оценить целесообразность приобретения оборудования с точки зрения срока окупаемости, если компания ставит перед собой цель окупить инвестиции в течение 4 лет.

Ответ:

Задание 297.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Выберите из перечисленных шагов лучше всего иллюстрирующий умение осуществлять информационную обработку проектов документов и внедрять их в управленческую деятельность:

А. Разработка проектов распорядительных, организационных и информационно-справочных документов.

Б. Оценка качества документов на основе заданных критериев.

В. Внедрение документов в управленческую деятельность.

Г. Анализ социально-экономической и финансовой эффективности принятых решений.

Д. Оценка объективности информации, представленной в распорядительных документах.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 298.

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

Выберите из перечисленных действия, которые являются частью информационной обработки проектов документов и их внедрения в управленческую деятельность с учетом заданных критериев качества и показателей эффективности:

А. Разработка проектов распорядительных документов.

Б. Оценка качества документов на основе заданных критериев.

В. Внедрение документов в управленческую деятельность.

Г. Анализ социально-экономической и финансовой эффективности принятых решений.

Д. Разработка проектов организационных и информационно-справочных документов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 299.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность порядка рассмотрения факторов внешней среды в рамках PESTEL-анализа, которые влияют на принятие организационно-управленческих решений в маркетинге.

1. Правовые факторы.
2. Социальные факторы.
3. Экологические факторы.
4. Политические факторы.
5. Технологические факторы.
6. Экономические факторы.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 300.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В условиях сложной и динамичной среды маркетолог применяет знания различных видов маркетинга, для того чтобы разработать организационно-управленческие решения и выбрать соответствующую стратегию.

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

Вид маркетинга		Описание	
А	Прямой маркетинг	1	Сотрудничество с блогерами и лидерами мнений
Б	Контент маркетинг	2	Использование скидок и специальных предложений для стимуляции сбыта
В	Вирусный маркетинг	3	Продвижение товаров через создание полезного контента
Г	Инфлюенс-маркетинг	4	Прямое обращение к потребителям через рассылку, телефонные звонки или рекламные письма
Д	Акционный маркетинг	5	Распространение информации о продукте через социальные сети и мессенджеры
		6	Использование различных мероприятий и акций для привлечения внимания к бренду

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 301.

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

При планировании маркетинговой деятельности используются разнообразные инструменты исследования, которые помогают учитывать факторы, влияющие на разработку управленческих решений, и оценивать последствия этих решений.

Выберите из предложенных наиболее эффективные инструменты исследования:

А. Опросы потребителей.

Б. Фокус-группы.

В. Анализ конкурентов.

Г. Оценка финансовой отчетности.

Д. Исследование трендов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 302.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Учитывая влияние социальных факторов на оценку управленческих решений в быстро меняющейся среде, компания «Сладкий Уголок», специализирующаяся на натуральных фруктовых десертах без сахара и консервантов, стремится найти свою уникальную позицию среди нескольких крупных игроков рынка с похожей продукцией. Для достижения этой цели планируется исследование целевой аудитории.

Задание:

1. Определите цель запланированного исследования целевой аудитории.
2. Укажите один из маркетинговых приемов, который позволяет компании успешно представить свой продукт и привлечь внимание покупателей.

Ответ:

Задание 303.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Маркетолог компании, производящие спортивные товары, занимается разработкой комплекса маркетинга, принимая во внимание различные факторы, влияющие на принятие организационных и управленческих решений.

Перед запуском новой линии спортивной одежды для активных потребителей, маркетолог проводит сегментирование рынка и определяет самую перспективную целевую аудиторию для продвижения продукта на потребительском рынке.

Задание:

1. Провести анализ потребительского рынка для новой продукции, определяя ключевые сегменты.
2. Выбрать один целевой рынок и обосновать свой выбор.
3. Для нового продукта на выбранном целевом рынке определите уникальное преимущество продукта, которое выделит его среди других и дайте 4 предложения которая эффективно донесет позиционирование до потенциальных клиентов.

Ответ:

Задание 304.

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

Разработка эффективной ценовой стратегии зависит от различных факторов, оказывающих влияние на организационно-управленческие решения компании.

Из нижеперечисленных основных факторов, выберите все подходящие, которые влияют на выбор стратегии ценообразования:

А. Сезонность спроса.

Б. Экономическая ситуация в стране.

В. Наличие у компании собственных производственных мощностей.

Г. Уровень конкуренции на рынке.

Д. Возраст целевой аудитории.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 305.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Фирма выпускает бытовую технику. Команде маркетологов, используя основные научные подходы, такие как концепция маркетинговой ориентации и маркетинговый микс (4Р), необходимо провести исследование рынка перед выпуском нового продукта.

Задание:

1. Определите подходящий метод исследования при сборе данных о предпочтениях и поведении потребителей, применяя один из качественных методов исследования, таких как глубинные интервью, фокус-группы или этнографические наблюдения.

2. Причины выбора метода исследования.

3. Укажите три вопроса, которые считаете нужным задать участникам исследования.

Ответ:

Задание 306.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Разрабатывая комплекс маркетинга, куда входит и выбор стратегии, компания выпускает новый высокотехнологичный продукт, который обладает рядом уникальных характеристик и не имеет аналогов на рынке. Известно, что себестоимость единицы товара составляет 5500 руб., а планируемая рентабельность – 30%.

Задание:

1. Определите подходящую стратегию ценообразования для данного продукта.

2. Обоснуйте ваш выбор.

3. Рассчитайте оптимальную цену на товар, используя метод «затраты плюс».

Ответ:

Задание 307.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Маркетологам нужно применить научный подход, чтобы выявить причины значительного снижения числа посетителей кафе за последние месяцы и предложить способы улучшения ситуации. Кафе находится в густонаселенном районе города. Рядом расположены спортивные комплексы, фитнес центры и бассейны.

Задание:

1. Перечислите три фактора, которые могут воздействовать на посещаемость кафе, и объясните влияние каждого из них.

2. Предложите два конкретных изменения в услугах кафе (меню, ценовая политика, дополнительные сервисы), которые помогут повысить его привлекательность и вернуть клиентов.

3. Аргументируйте каждое предложение.

Ответ:

Задание 308.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Стратегический менеджмент включает в себя анализ внешней и внутренней среды, определение целей и направлений развития организации. Одним из ключевых элементов стратегического управления является декомпозиция задачи, которая позволяет разделить сложные управленческие проблемы на более простые компоненты и выявить взаимосвязи между ними.

Соотнесите утверждения, связанные с основными инструментами стратегического анализа, с соответствующими понятиями. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца

Описание понятия		Название понятия	
А.	Метод стратегического анализа, направленный на выявление сильных и слабых сторон организации, а также рыночных возможностей и угроз	1.	PESTEL-анализ
Б.	Инструмент анализа конкурентной среды, включающий изучение пяти ключевых рыночных сил, влияющих на отрасль	2.	SWOT-анализ
В.	Анализ макроэкономических факторов, таких как политическая стабильность, экономическая ситуация, социальные тренды и технологии	3.	GAP-анализ

Г.	Метод выявления разрыва между текущими показателями компании и ее стратегическими целями	4.	Пять сил Портера
Д.	Подход, позволяющий оценить цепочку создания ценности внутри организации, чтобы выявить конкурентные преимущества	5.	Анализ цепочки создания ценности

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 309.

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

Компания «ЛогистикПлюс», занимающаяся грузоперевозками, столкнулась с кризисной ситуацией:

изменение законодательства привело к необходимости пересмотра логистических маршрутов;

рост цен на топливо повысил себестоимость перевозок;

конкуренты активно внедряют цифровые решения, что увеличивает разрыв в эффективности;

Руководство компании должно принять организационно-управленческое решение, которое позволит адаптироваться к изменениям и повысить конкурентоспособность.

Какой научный подход наиболее целесообразно использовать при разработке решения?

А. Системный подход, позволяющий анализировать взаимосвязи между элементами логистической системы и выявлять комплексные решения.

Б. Ситуационный подход, предполагающий применение универсального решения без учёта специфики компании.

В. Административный подход, ориентированный на усиление контроля за исполнением текущих процессов без внесения изменений.

Г. Механистический подход, акцентирующий внимание на жёсткой регламентации деятельности компании.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 310.

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

Компания «ЭкоФуд», производящая экологически чистые продукты питания, столкнулась с рядом вызовов:

повышение себестоимости сырья из-за изменения экологических стандартов;

усиление конкуренции со стороны более дешевых аналогов;

рост интереса потребителей к экологической устойчивости и социальной ответственности компаний.

Руководство компании рассматривает различные подходы к разработке управленческих решений, которые помогут сохранить конкурентоспособность и социальную значимость бизнеса.

Какие два подхода наиболее целесообразно использовать при разработке стратегии адаптации компании?

А. Системный подход – позволяет учитывать влияние внутренних и внешних факторов, выявлять взаимосвязи между ними и разрабатывать комплексные решения.

Б. Процессный подход – ориентирован на регламентацию и стандартизацию отдельных бизнес-процессов для их оптимизации.

В. Ситуационный подход – предполагает анализ специфики текущей рыночной ситуации и адаптацию стратегии к изменяющимся условиям.

Г. Ресурсный подход – фокусируется на эффективном распределении и использовании имеющихся ресурсов компании.

Д. Бюрократический подход – делает акцент на строгом соблюдении нормативных процедур и правил управления.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 311.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ФрэшЛог», занимающаяся логистикой и доставкой свежих продуктов, столкнулась с проблемами в управлении поставками. В последнее время:

время доставки увеличилось на 20%, что привело к снижению удовлетворенности клиентов;

затраты на топливо выросли, повышая себестоимость услуг;

возникли перебои в работе с поставщиками, что привело к задержкам поставок;

Руководство компании рассматривает возможные организационно-управленческие решения для улучшения ситуации.

Задание

Как стратегический менеджер, предложите решение, которое:

использует научные подходы к разработке управленческих решений;

учитывает социальную значимость предложенных изменений;

позволяет оценить последствия внедрения решения в сложной и динамичной среде.

Ответ:

Задание 312.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Крупная производственная компания, работающая в сфере автомобилестроения, столкнулась с резким снижением продаж на 30% в течение последнего года. Анализ показал, что причиной стали:

усиление конкуренции со стороны зарубежных производителей, предлагающих автомобили по более низкой цене;

рост затрат на производство из-за увеличения цен на сырье;

изменение потребительских предпочтений в сторону более экологичных и экономичных автомобилей;

давление со стороны государственных органов, вводящих новые экологические стандарты.

Руководство компании поручило стратегической группе разработать обоснованное организационно-управленческое решение, которое поможет компании адаптироваться к изменяющимся условиям.

Задание:

Как стратегический аналитик, предложите комплексное организационно-управленческое решение, которое:

использует научные подходы к разработке управленческих решений;

учитывает социальную значимость предложенных решений;

включает оценку последствий внедрения этих решений в условиях сложной и динамичной среды.

Задание 313.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ЭкоФуд» занимается производством органических продуктов питания и успешно работала в течение последних 5 лет. Однако в последнее время компания столкнулась с рядом проблем:

рост цен на сырье привел к увеличению себестоимости продукции;

усиление конкуренции со стороны крупных ритейлеров, предлагающих более дешевые аналоги;

потребители стали больше ориентироваться на цену, а не на экологичность;

давление со стороны регулирующих органов, вводящих новые требования к маркировке и сертификации.

Руководство компании обеспокоено снижением прибыли и планирует разработать обоснованное организационно-управленческое решение, которое позволит адаптироваться к изменениям рынка.

Задание:

Как стратегический аналитик, предложите комплексное организационно-управленческое решение, которое:

использует научные подходы к разработке управленческих решений;

учитывает социальную значимость предложенных решений;

включает оценку последствий внедрения этих решений в условиях сложной и динамичной среды.

Ответ:

Задание 314.

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

Компания «ГринЭнерджи», занимающаяся производством альтернативных источников энергии, разрабатывает стратегию выхода на новый рынок. Перед руководством стоят следующие вызовы:

высокая стоимость технологий, сдерживающая доступность продукции;

низкий уровень доверия к альтернативной энергетике среди населения;

государственная поддержка компаний, внедряющих экологически чистые технологии.

Какое управленческое решение наиболее эффективно с учетом социальной значимости проекта?

А. Повышение цен на продукцию для увеличения прибыли и финансирования дальнейших разработок.

Б. Субсидирование цен за счет государственных программ поддержки для повышения доступности технологии.

В. Игнорирование общественного мнения и сосредоточение на корпоративных интересах.

Г. Фокус на рекламе премиального сегмента с целью привлечения состоятельных клиентов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 315.

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

Компания «ТехноЭко» разрабатывает стратегию устойчивого развития, ориентированную на снижение углеродного следа в процессе производства и на повышение социальной ответственности. У компании есть несколько производственных мощностей, расположенных в странах с разными уровнями экологических стандартов и законодательной базы. В условиях глобальной экологической повестки и растущего общественного внимания к вопросам экологии и социальной ответственности компания должна выбрать подходы для реализации устойчивой стратегии.

Какие два из следующих подходов могут быть наиболее эффективными для компании с учетом социальной значимости и динамичной внешней среды?

А. Инвестировать в улучшение экологических стандартов на всех производствах независимо от местных законодательных требований, с целью глобального улучшения экологической ситуации.

Б. Использовать стандарты только тех стран, где требования экологии и социальной ответственности наиболее жесткие, сэкономив на более низких затратах в других странах.

В. Разрабатывать и внедрять локальные программы социального партнёрства с сообществами вокруг каждого из производств, чтобы обеспечить поддержку и доверие местных жителей.

Г. Активно работать с государственными органами для формирования политики стимулирования экологически чистого производства на уровне государства и отрасли.

Д. Минимизировать затраты на экологические улучшения и фокусироваться только на законодательных требованиях для сокращения издержек.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 316.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ (повышенный уровень).

Компания «ЭкоГрин» занимается производством и продажей экологически чистой упаковки. В последнее время она столкнулась с несколькими проблемами:

снижение спроса из-за высокой себестоимости продукции;

усиление конкуренции со стороны производителей традиционной упаковки;

возросшие требования к экопродукции со стороны регулирующих органов.

Руководство компании ищет решение, которое поможет сохранить позиции на рынке, учесть социальную значимость бизнеса и адаптироваться к изменениям.

Задание:

Как стратегический менеджер, предложите решение, которое:

обоснует управленческое решение с учетом динамичных условий;

реализует меры по повышению конкурентоспособности;

оценит социальные последствия внедренных решений.

Ответ:

Задание 317.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Зеленая Энергия» специализируется на производстве солнечных панелей и систем альтернативной энергетики. В последние два года она столкнулась с рядом вызовов:

увеличение себестоимости производства из-за роста цен на сырье;

снижение спроса в связи с высокой стоимостью продукции;

рост конкуренции со стороны китайских производителей, предлагающих более дешевые аналоги;

повышенное внимание правительства к вопросам экологии и устойчивого развития.

Руководство компании рассматривает несколько вариантов решения проблемы:

снижение издержек за счет перехода на локальных поставщиков и оптимизации производства;

расширение продуктовой линейки, включая гибридные решения для солнечных батарей и аккумуляторных систем;

выход на новые рынки за счет активного участия в государственных программах поддержки ВИЭ (возобновляемых источников энергии).

Задание:

Как стратегический менеджер, предложите и обоснуйте оптимальное управленческое решение, учитывая следующие аспекты:

анализ текущей ситуации и ключевых вызовов;

выбор стратегии и ее обоснование;

меры по реализации стратегии;

оценка возможных последствий для бизнеса, общества и экологии.

Ответ:

Задание 318.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Городские Решения» занимается разработкой и внедрением умных городских технологий (интеллектуальное освещение, мониторинг качества воздуха, системы управления трафиком). В связи с изменением экономической ситуации и усилением государственной политики в области устойчивого развития, перед компанией встали следующие вызовы:

снижение финансирования со стороны муниципалитетов из-за бюджетных ограничений;

рост конкуренции со стороны крупных международных игроков;

увеличение запросов на экологичность и социальную значимость решений;

развитие технологий искусственного интеллекта и Интернета вещей, создающее новые возможности, но требующее крупных инвестиций.

Руководство рассматривает три возможных стратегии развития:

фокус на B2B-сегменте и корпоративных клиентах (ТЦ, бизнес-центры, индустриальные парки);

разработка доступных решений для массового сегмента и частных пользователей;

расширение партнерства с государством через участие в федеральных программах «умного города».

Задание:

Как стратегический менеджер, предложите и обоснуйте оптимальное управленческое решение, учитывая следующие аспекты:

анализ текущей ситуации и ключевых вызовов;

выбор стратегии и ее обоснование;

план реализации стратегии (основные шаги);

оценка последствий для бизнеса, общества и городской среды.

Задание 319.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Для создания и развития новых направлений деятельности организации необходимо помнить о эволюции концепций маркетинга. Установите логическую последовательность в этапах эволюции концепции маркетинга:

1. Концепция взаимоотношений.
2. Сбытовая концепция.
3. Социально-этническая концепция.
4. Производственная концепция.
5. Традиционная концепция.
6. Товарная концепция.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 320.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для принятия основных методов идентификации возможностей и угроз во внешней среде маркетолог должен владеть основными терминами лежащей в основе маркетинга.

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

Наименование		Определение	
А	Нужда	1	торговая операция между двумя сторонами, включающая, по крайней мере, два субъекта интереса и соглашение об условиях, сроках и месте ее реализации.
Б	Потребность	2	это совокупность всех потребителей, в той или иной мере нуждающихся в товарах или услугах определённой отрасли, способной удовлетворить спрос.
В	Рынок	3	необходимость, которая помогает человеку поддерживать жизнедеятельность или развиваться
Г	Товар	4	необходимость чего-либо, вызванная какими-либо условиями или обстоятельствами.

Д	Обмен	5	всё, что может удовлетворить нужду или потребность и предлагается рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления**.**
		6	один из многих способов, с помощью которых люди получают желаемый продукт для удовлетворения своих потребностей и желаний

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 321.

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

При оценке и разработке бизнес-плана нового направления в деятельности компании необходимо исключить возможные угроз во внешней среде, для этого применяются различные методы исследования. Из нижеперечисленных методов, выберите те, которые позволяют наиболее полно оценить внешние возможности и угрозы для разработки нового направления деятельности, и обоснуйте ваш выбор.

А. Матрица BCG.

Б. SWOT-анализ.

В. Метод Дельфи.

Г. PESTEL-анализ.

Д. Портфельный анализ.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 322.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Оценив возможности рынка и развивая новое направление своей деятельности, фирма «Сияние», занимающаяся производством шампуня, планирует, что чистая операционная прибыль будет равняться в наступающем году 10 млн. руб., что составит 10% от объема реализации. Средняя цена товара фирмы составляет 5 руб., а объем продажи отрасли равен 100 млн. единиц.

Задание:

1. Определите рыночную долю компании, исходя из предполагаемого объема продаж и количества проданных товаров.

2. Сформулируйте краткое заключение о позиции компании, учитывая рассчитанную долю рынка.

Ответ:

Задание 323.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы работаете специалистом в компании, занимающейся производством бытовой техники. Согласно вашим исследованиям, суммарный объём рынка бытовых устройств в вашем регионе достигает отметки в 1,5 млрд рублей. Доля вашей компании на данном рынке составляет 10%, что эквивалентно 150 млн рублей. Тем не менее, за последние годы наблюдается тенденция к сокращению рыночной доли вашего предприятия вследствие усиления конкурентной борьбы и изменений в предпочтениях потребителей. Необходимо увеличить объёма продаж и восстановить утраченные позиции на рынке. С этой целью предстоит провести всесторонний анализ текущей обстановки и предложить меры по преодолению кризиса.

Задание:

1. Рассчитайте целевой объем рынка, который необходимо достичь через два года, если цель – увеличить долю компании до 15%.
2. Перечислите три стратегических шага которые целесообразно предпринять для достижения этой цели.
3. Обоснуйте ваши предложения.

Ответ:

Задание 324.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Альфа», производитель бытовой техники, планирует расширить рынок сбыта своей продукции. Сейчас её товары реализуются через оптовые склады, откуда их приобретают крупные розничные сети и независимые магазины. Однако компания хочет увеличить свою долю рынка и охватить больше конечных потребителей, включая регионы, где крупные сети еще недостаточно развиты. Для этого руководство рассматривает возможность изменения в уже существующей системе каналов товародвижения (такие как: прямые продажи и франчайзинговая система).

1. Опишите возможные варианты организации каналов товародвижения, которые могли бы использовать компания «Альфа».
2. Определите плюсы и минусы каждого варианта для компании «Альфа».
3. Предложите наилучший канал товародвижения для данной ситуации и обоснуйте своё решение.

Ответ:

Задание 325.

Прочитайте текст и установите соответствие.

При развитии бизнеса с учетом имеющихся ресурсов специалисту по маркетингу необходимо владеть набором компетенций, в том числе и предполагается использование характерных терминов и определений.

Именно они позволяют маркетологам точно обрисовать ситуацию и понять друг друга, избегая ошибок и недопонимания.

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

Понятие		Определение	
А.	Целевая аудитория	1.	Процесс создания и управления восприятием бренда
Б.	Паблик рилейшнз	2.	Процесс деления рынка на отдельные группы покупателей с похожими потребностями или характеристиками, которые, вероятно, будут реагировать на маркетинговые усилия одинаково
В.	Брендинг	3.	Разработка стратегии размещения рекламных сообщений в различных медиа-каналах
Г.	Сегментация рынка	4.	Деятельность по формированию положительного имиджа компании через взаимодействие со СМИ, общественностью и другими заинтересованными сторонами
Д.	Медиа-планирование	5.	Группа потенциальных клиентов, которые наиболее вероятно будут заинтересованы в продукте или услуге компании
		6.	Один из приемов стратегического маркетинга, при котором анализируются наилучшие методы, приемы, наиболее успешные формы ведения бизнеса, используемые компаниями на рынке, включая анализ эффективной работы собственных отделов, подразделений и специалистов.

Запишите выбранные буквы под соответствующими цифрами:

А.	Б.	В.	Г.	Д.

Задание 326.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Специалист, обладающий навыками анализа возможностей организации, применяет инструменты для создания эффективной коммуникации. Выберите одно верное утверждение о маркетинговом коммуникационном процессе.

А. Продукт никогда не является частью коммуникации.

Б. Обратная связь не важна в коммуникационном процессе.

В. Эффективная коммуникация всегда требует четкости в сообщении.

Г. Коммуникация не включает эмоциональный аспект.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 327.

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

Сегментация рынка является важным инструментом для выявления и оценки новых рыночных возможностей, а также для разработки бизнес-планов создания и развития новых направлений деятельности и организаций. Выберите правильные утверждения, касающиеся сегментации рынка, и обоснуйте ваш выбор:

А. Сегментирование рынка позволяет компаниям сосредоточиться на конкретных группах потребителей, которые имеют схожие потребности и предпочтения.

Б. Географическая сегментация предполагает деление рынка на сегменты на основе климатических условий.

В. Психографическая сегментация учитывает образ жизни, интересы и ценности потребителей.

Г. Рынок не может быть разделён одновременно по нескольким критериям сегментации.

Д. Демографическая сегментация делит рынок на группы по возрасту, полу и доходу.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 328.

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

Эффективная товарная политика компании требует выявления рыночных возможностей и разработки стратегий, обеспечивающих конкурентоспособность и устойчивое развитие бизнеса. Выберите несколько элементов, которые являются ключевыми компонентами товарной политики компании, и обоснуйте ваш выбор:

А. Упаковка товара.

Б. Рекламная кампания.

В. Качество продукции.

С. Брендинг.

Д. Логистика.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 329.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Оценив возможности рынка, компания «ТехноМир», производящая инновационные умные часы, отвоёвывает сегмент рынка новым продуктом. Необходимо провести анализ жизненного цикла представленного товара и предложить маркетинговые стратегии для каждой стадии.

Задание:

1. Опишите стадии жизненного цикла товара, применяемые к умным часам.

2. Для каждой стадии дайте рекомендации по маркетинговым стратегиям, которые помогут максимизировать успех продукта на рынке.

Ответ:

Задание 330.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Оценив свои возможности и имеющиеся ресурсы, компания «Чудо Техника», выпустила инновационный продукт – умную колонку с функцией голосового управления. Этот высокотехнологичный гаджет вызвал интерес на рынке, и теперь компания намерена сформировать стратегию продвижения, основываясь на анализе его жизненного цикла. В настоящий момент продукт находится на стадии роста.

Задание:

1. Используя современные методики маркетинга, выявите характеристики этапа роста в жизненном цикле товара.

Используя современные методики маркетинга, определите:

2. Определите три ключевых элемента маркетинговой стратегии важны для компании на данном этапе.

3. Объясните, почему выбранная элементы стратегии подходит именно для этапа роста.

Ответ:

Задание 331.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Руководителю отдела стратегического планирования предстоит разработать комплексную антикризисную стратегию, обеспечивающую устойчивый рост компании на ближайшие 5 лет, путем тщательного анализа текущих ресурсов, компетенций и выявления возможностей для преодоления снижения продаж, усиления конкуренции и модернизации производственных мощностей.

Задание:

1. Опишите основные этапы разработки стратегии.

2. Назовите методы анализа внешней и внутренней среды.

3. Перечислите ключевые показатели эффективности (KPI), которые будут использоваться для оценки успешности реализации стратегии.

Ответ:

Задание 332.

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

В государственном и муниципальном управлении контроль приобретает особую значимость, поскольку направлен не только на выполнение технических задач, но и на обеспечение прозрачности, законности и эффективности использования бюджетных средств.

Что такое контроль проекта?

А. Процесс определения бюджета.

Б. Процесс мониторинга и управления проектом для достижения его целей.

В. Процесс завершения проекта.

Г. Процесс создания новых идей.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 333.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Обратная связь в проектной команде государственного управления – это регламентированный процесс служебного взаимодействия, направленный на повышение эффективности реализации государственных проектов. При разработке мобильного приложения для оплаты ЖКУ программисты не учли требования Минкомсвязи по доступности для слабовидящих, а тестировщики не сообщили о проблеме вовремя. После запуска приложения поступили сотни жалоб от граждан, что потребовало экстренного пересмотра функционала.

Задание:

1. Поясните, почему важно давать и получать обратную связь в команде.

2. Приведите примеры, как конструктивная обратная связь может повлиять на развитие вышеуказанного проекта и укрепление командных отношений.

Ответ:

Задание 334.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При разработке мобильного приложения для отслеживания статуса заявок на субсидии выяснилось, что из-за новых требований ЦБ к шифрованию данных текущая архитектура не соответствует стандартам безопасности. Это требовало перепроектирования системы за две недели до запуска.

Задание:

1. Опишите возможный алгоритм принятия решения в данной ситуации. Определите методы, которые помогут принять верное решение.

Ответ:

Задание 335.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Вы являетесь руководителем проекта реконструкции школы. Ваша команда столкнулась с серьезной проблемой: один из ключевых участников проекта внезапно уходит, оставляя незавершенные задачи и неопределенности в проекте. Ваша задача – организовать эффективный обмен информацией и оценку идей других членов команды, чтобы минимизировать негативные последствия.

Задание:

1. Как вы будете осуществлять обмен информацией с командой в данной ситуации?

2. Как вы будете организовывать коммуникацию, чтобы каждый член команды мог высказать свои мысли и предложения?

3. Какие шаги вы предпримете для оценки идей других членов команды в условиях неопределенности?

Ответ:

Задание 336.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ

Успех проекта – это получение сторонами результатов, оправдывающих их ожидания, достижение целей и выполнение требований. Вы назначены руководителем проекта по организации мероприятий в честь празднования Дня города. Вам необходимо обеспечить слаженную работу команды для успешного проведения праздника.

Задание:

1. Опишите, как соблюдение норм и правил командной работы влияет на успех проекта.

2. Объясните, как вы лично несете ответственность за результат работы команды.

Ответ:

Задание 337.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В проекте ремонта многоквартирного дома возник конфликт: подрядчик настаивает на использовании дешевых материалов, чтобы уложиться в бюджет; жители требуют более качественные материалы, угрожая жалобами в жилинспекцию. Члены команды УК разделились на два лагеря, что тормозит принятие решений.

Задание:

Разработайте алгоритм выхода из конфликта, учитывая: законодательные требования (ст. 161 ЖК РФ), интересы жителей и

бюджетные ограничения, необходимость сохранения рабочей атмосферы в команде.

Ответ:

Задание 338.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша команда работает в маркетинговом агентстве, специализирующемся на продвижении стартапов. К вам обратился молодой предприниматель с идеей фитнес-приложения, ориентированного на поколение Z (16-25 лет). Приложение будет предлагать короткие, персонализированные тренировки, интеграцию с социальными сетями и геймификацию для поддержания мотивации. Предприниматель просит вас провести диагностику его бизнес-идеи и разработать основу для бизнес-плана.

Задание:

1. Определите ключевые факторы, которые необходимо проанализировать для оценки жизнеспособности этой бизнес-идеи (фитнес-приложение для поколения Z) на рынке.

2. Опишите 10 основных разделов, которые необходимо включить в бизнес-план для привлечения инвесторов к данному проекту. Кратко опишите содержание каждого раздела.

Ответ:

Задание 339.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между управленческими задачами и цифровыми технологиями, которые наиболее подходят для их решения.

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

Управленческие задачи		Цифровые технологии	
А.	Оптимизация внутренних коммуникаций в компании	1.	Системы управления проектами
Б.	Анализ больших данных для принятия управленческих решений	2.	Платформы для совместной работы
В.	Автоматизация рутинных задач в отделе продаж	3.	Инструменты для анализа данных
Г.	Управление проектами с удаленными командами	4.	Системы автоматизации маркетинга и продаж
		5.	Решения для кибербезопасности (например, антивирусы, системы обнаружения вторжений).

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.

Задание 340.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите, как менеджер может использовать системы аналитики больших данных для улучшения принятия управленческих решений. Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 341.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Небольшая компания испытывает проблемы с координацией работы сотрудников из разных отделов. Работа часто дублируется, важная информация теряется, сроки срываются. Какие цифровые инструменты вы бы предложили внедрить для решения этих проблем и почему?

Ответ:

Задание 342.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Перед вами стоит задача оптимизировать маркетинговую кампанию по привлечению новых клиентов для онлайн-магазина спортивной одежды. Используя методы интеллектуального анализа данных, вам необходимо выявить наиболее эффективные каналы привлечения и сегменты аудитории.

Расположите этапы интеллектуального анализа данных в порядке их логической последовательности:

1. Анализ результатов и интерпретация: оценка полученных моделей, выявление закономерностей и трендов, формулировка выводов и рекомендаций.

2. Развертывание и мониторинг: внедрение результатов анализа в маркетинговую стратегию, мониторинг эффективности изменений и корректировка модели при необходимости.

3. Определение целей и задач: формулировка конкретных целей анализа, например, выявление наиболее прибыльных сегментов клиентов или оптимизация бюджета рекламной кампании.

4. Предварительная обработка данных: очистка данных от ошибок, пропусков и противоречий, а также их преобразование в формат, пригодный для анализа.

5. Выбор методов и инструментов анализа: определение конкретных методов интеллектуального анализа данных, таких как кластеризация, анализ

ассоциаций или регрессионный анализ, и выбор подходящего программного обеспечения.

6. Сбор и подготовка данных: сбор данных из различных источников, таких как CRM-система, данные веб-аналитики, данные о продажах и данные социальных сетей.

7. Построение модели и оценка качества: применение выбранных методов анализа для построения модели и оценка ее точности и надежности.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 343.

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

Выберите три инструмента (метода), которые относятся к современным информационным технологиям, используемым в маркетинге для работы с большими данными (Big Data):

А. Традиционные таблицы Excel.

Б. Платформы Data Management Platform (DMP).

В. Технологии Hadoop и Spark.

Г. Системы Google Analytics и Яндекс.Метрика.

Д. Рассылка бумажных листовок.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 344.

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

В рамках прохождения производственной практики важно использовать современные информационные технологии при решении задач маркетинга.

Какие преимущества дает маркетологу визуализация данных при работе с крупными массивами информации?

А. Упрощает процесс выгрузки данных из баз данных.

Б. Помогает выявлять закономерности и тренды, скрытые в больших объемах данных.

В. Обходит необходимость освоения специализированных программных средств.

Г. Облегчает коммуникацию результатов анализа данных с другими отделами и руководством.

Д. Автоматически генерирует маркетинговые отчеты.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 345.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предположим, что розничная сеть магазинов одежды отмечает снижение продаж и лояльности клиентов. Руководство хочет использовать цифровые технологии для повышения качества обслуживания и привлечения покупателей.

Задание:

Опишите информационно-технологическое решение, которое вы бы рекомендовали внедрить и почему.

Ответ:

Задание 346.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Какая технология лучше всего подходит для анализа больших объемов данных и принятия обоснованных управленческих решений?

А. Виртуальная реальность (VR)

Б. Большие данные и аналитика (Big Data)

В. Интернет вещей (IoT)

Г. Блокчейн

Д. Чат-боты

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 347.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Производственная компания сталкивается с проблемой неэффективного управления запасами: часто возникают ситуации как избыточных закупок сырья, так и его дефицита, что приводит к простоям оборудования.

Задание:

Опишите информационно-технологическое решение, которое вы бы рекомендовали для оптимизации процесса управления запасами и почему.

Ответ:

Задание 348.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите, как менеджер может использовать облачные технологии для повышения эффективности управления проектами.

Ответ:

Задание 349.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Знание основных инструментов и методов, используемых в современном маркетинге для работы с данными, является важным аспектом при осуществлении практической деятельности специалиста по маркетингу.

Соотнесите термины, касающиеся инструментов и методов, применяемых маркетологами для анализа данных и соответствующие им определения.

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

Термины		Определение терминов	
А	CRM-система	1	Метод анализа данных, направленный на выявление скрытых закономерностей, тенденций и связей, полезных для прогнозирования поведения клиентов.
Б	Google Analytics	2	Платформа для автоматизации маркетинговых кампаний, позволяющая отправлять персонализированные сообщения, отслеживать результаты и оптимизировать взаимодействие с клиентами.
В	Data Mining	3	Программное обеспечение, предназначенное для сбора, хранения и анализа данных о взаимодействии компании с клиентами, с целью улучшения обслуживания и продаж.
Г	Сегментация клиентов	4	Веб-аналитический сервис, предоставляющий статистику и инструменты для анализа трафика веб-сайта, эффективности маркетинга и поведения пользователей.
Д	Платформа автоматизации маркетинга	5	Процесс разделения клиентской базы на группы на основе общих характеристик (демографических, поведенческих и т.д.) для более эффективного таргетирования.
		6	

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 350.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

При прохождении учебной практики стоит задача – исследовать каким образом менеджер розничной сети может использовать аналитику больших данных для оптимизации ассортимента товаров.

Задание:

1. Опишите возможности, которые предоставляет система аналитики больших данных для оптимизации ассортимента товаров. Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 351.

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

В процессе прохождения преддипломной практики обучающемуся необходимо применять навыки работы с современными информационными технологиями.

Выберите три задачи, которые позволяет решить использование CRM-системы в маркетинге, помимо управления контактами и сделками:

А. Для автоматизации бухгалтерского учета.

Б. Для персонализации маркетинговых коммуникаций на основе данных о клиентах.

В. Для анализа эффективности маркетинговых кампаний.

Г. Для управления складскими запасами.

Д. Для прогнозирования оттока клиентов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 352.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в отделе маркетинга небольшой IT-компании «Цифровой Старт». Компания занимается разработкой и продвижением мобильных приложений для малого бизнеса. Недавно отдел маркетинга столкнулся с проблемой: рекламные кампании в социальных сетях стали менее эффективными, показатели вовлеченности и конверсии снизились. Руководитель отдела поручил вам проанализировать текущую ситуацию, выявить причины снижения эффективности и предложить план действий для улучшения результатов. В процессе анализа вам доступны следующие ресурсы:

- отчеты о рекламных кампаниях за последние 6 месяцев (в формате Excel);
- данные Google Analytics по посещаемости сайта компании и поведению пользователей;
- доступ к корпоративной базе знаний с информацией о целевой аудитории, конкурентах и трендах рынка;
- возможность проведения опроса сотрудников отдела маркетинга.

Задание:

1. Перечислите инструменты информационно-коммуникационных технологий, которые вы примените для анализа ситуации и выявления причин снижения эффективности рекламных кампаний. Обоснуйте свой выбор.

2. На основе проведенного анализа укажите конкретные действия (не менее 2-х), которые вы предложите для улучшения результатов рекламных кампаний в социальных сетях, учитывая основные требования безопасности при работе с данными и информацией.

Ответ:

Задание 353.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – менеджер по аналитике в крупной розничной сети «МегаМарт». Компания активно развивает программу лояльности и накопила огромный объем данных о покупках, демографии клиентов, взаимодействиях с маркетинговыми кампаниями и т.д. Руководство «МегаМарт» обеспокоено снижением эффективности маркетинговых акций в последние месяцы и ставит перед вами задачу – выявить причины снижения и предложить новые, более эффективные подходы.

Доступные ресурсы:

База данных клиентов и покупок за последние 3 года (миллионы записей).

Данные о маркетинговых кампаниях и их результатах (CTR, конверсии, ROI).

Доступ к BI-системе (например, Tableau, Power BI) для визуализации и анализа данных.

Доступ к инструментам статистического анализа (например, R, Python с библиотеками для анализа данных).

Задание:

Предположим, в ходе анализа вы обнаружили, что целевая аудитория, ранее активно реагировавшая на e-mail-рассылки, стала менее восприимчивой. Какие дополнительные источники данных (не менее 3-х) вы могли бы использовать, чтобы глубже понять изменения в предпочтениях этой аудитории и предложить более релевантные маркетинговые кампании? Опишите, какие изменения вы внесете в подход к анализу.

Ответ:

Задание 354.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите, как менеджер может использовать системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) для повышения эффективности работы отдела продаж. Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 355.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите какие меры информационной безопасности следует учитывать менеджер, чтобы использовать облачные технологии для повышения эффективности управления проектами.

Ответ:

Задание 356.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Назовите инструмент, который является наиболее эффективным для анализа поведения потребителей в режиме реального времени на веб-сайте:

А. SWOT-анализ.

Б. PEST-анализ.

В. Google Analytics.

Г. Анкета с обратной связью.

Д. Фокус-группа.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 357.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Объясните, как менеджеры могут использовать цифровые бухгалтерские системы для улучшения финансового управления и принятия решений в своих организациях.

Ответ:

Задание 358.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите, как менеджер может использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для разработки и проведения мероприятий, направленных на решение профессиональных задач.

Ответ:

Задание 359.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между управленческими задачами и цифровыми технологиями, которые наиболее подходят для их решения.

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

Управленческие задачи		Цифровые технологии	
А.	Прогнозирование спроса на продукцию в зависимости от сезонных колебаний и рыночных трендов	1.	Корпоративные системы управления проектами (Программное обеспечение для управления проектами)
Б.	Оптимизация внутрикорпоративных коммуникаций между удаленными подразделениями	2.	RPA (Robotic Process Automation) - роботизированная автоматизация процессов
В.	Автоматизация рутинных операций по обработке клиентских запросов	3.	Системы предиктивной аналитики на базе машинного обучения
Г.	Контроль за выполнением задач сотрудниками и отслеживание прогресса проектов	4.	Облачные платформы для совместной работы и видеоконференций
		5.	Системы больших данных (Big Data) с инструментами визуализации

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.

Задание 360.

Прочитайте текст и установите последовательность действий.

Менеджер компании планирует внедрить новую CRM-систему для улучшения управления взаимоотношениями с клиентами. Установите правильную последовательность действий, которые необходимо выполнить для успешного внедрения системы:

1. Провести обучение сотрудников работе с новой CRM-системой.
2. Определить требования к CRM-системе и выбрать подходящее решение.
3. Внедрить CRM-систему и настроить ее в соответствии с требованиями компании.
4. Провести анализ текущих процессов взаимодействия с клиентами и выявить проблемные области.
5. Оценить эффективность внедрения CRM-системы и внести необходимые коррективы

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 361.

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

Выберите два инструмента, которые лучше всего подходит для управления проектами и отслеживания их прогресса.

А. Системы управления отношениями с клиентами (CRM)
Б. Система управления проектами Trello
В. Системы управления документами (DMS)
Г. Социальные сети
Д. Система управления проектами Jira

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 362.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Опишите, как менеджер может использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для организации и проведения корпоративного тренинга, направленного на повышение квалификации сотрудников.

Ответ:

Задание 363.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Объясните, как менеджер может применять информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для разработки мероприятий по решению задачи принятия управленческих решений на основе данных.

Ответ:

Задание 364.

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

Какие из перечисленных технологий относятся к инструментам автоматизации маркетинга?

А. Чат-боты.
Б. Таргетированная реклама в социальных сетях.
В. E-mail-рассылки по расписанию.
Г. Веб-сайт.
Д. Автоматическое обновление цен на сайте.
Е. Вебинары.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 365.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

При прохождении производственной практики Вам необходимо организовать международную конференцию по вопросам развития производимого продукта.

Задание:

Опишите, как менеджер может использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для организации и проведения международной конференции в гибридном формате (офлайн и онлайн). Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 366.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что Вы проходите производственную практику в логистической компании в качестве менеджера.

Задание:

1. Опишите, как менеджер логистической компании может использовать системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) в сочетании с технологиями бизнес-аналитики для оптимизации процессов доставки и повышения удовлетворенности клиентов.

Ответ.

Задание 367.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Современные инструменты цифрового менеджмента позволяют оптимизировать управленческие решения во многих сферах деятельности.

Какой инструмент цифрового менеджмента наиболее эффективен для автоматизации рутинных задач и повышения операционной эффективности?

А. Социальные сети

Б. Системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).

В. Роботизированная автоматизация процессов (RPA).

Г. Облачные хранилища данных.

Д. Системы управления проектами.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 368.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Повышение эффективности процесса коммуникации внутри команды непосредственно влияет на оптимизацию принятия управленческих решений.

Какой инструмент наиболее полезен для улучшения коммуникации и сотрудничества внутри команды?

А. Системы управления контентом (CMS).

Б. Платформы для совместной работы (например, Microsoft Teams, Slack).

В. Системы управления цепочками поставок (SCM).

Г. Системы управления документами (DMS).

Д. Платформы для онлайн-обучения (LMS).

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 369.

Внимательно прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современном менеджменте невозможно обойтись без цифровых технологий.

Задание:

Обоснуйте, как информационные технологии могут способствовать оптимизации управленческих решений.

Ответ:

Задание 370.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ряд информационных технологий способствуют эффективному принятию оптимальных управленческих решений в условиях постоянно меняющейся среды рынка.

Задание:

1. Какие информационные технологии наиболее эффективно помогают менеджерам принимать оптимальные управленческие решения в условиях быстро изменяющейся рыночной среды? Обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 371.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

На современных предприятиях для принятия оптимальных управленческих решений используются такие технологии, как Big Data, аналитика в реальном времени и Интернет вещей (IoT).

Задание:

1. Как современные цифровые технологии, такие как Big Data, аналитика в реальном времени и Интернет вещей (IoT), помогают менеджерам оптимизировать управленческие решения и повысить эффективность операционных процессов?

Ответ:

Задание 372.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите производственную практику на предприятии, которое внедрило в работу ERP-систему. Перед вами стоит задача обосновать необходимость интеграции облачных вычислений, ERP-систем и аналитических платформ для повышения адаптивности компании в условиях активной цифровизации.

Задание:

1. Объясните, как интеграция облачных вычислений, ERP-систем и аналитических платформ трансформирует процесс принятия управленческих решений и повышает адаптивность компании в условиях цифровой трансформации.

Ответ:

Задание 373.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

При прохождении производственной практики вам поставили задачу обработать большой массив данных и сформировать стратегическое решение относительно повышения объемов сбыта продукции.

Задание:

Опишите, каким образом интеграция интеллектуальных систем на основе искусственного интеллекта (ИИ) и технологий машинного обучения помогает менеджерам оптимизировать управленческие задачи, особенно при обработке больших данных и формировании стратегических решений.

Ответ:

Задание 374.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Процесс цифровизации в менеджменте привел к тому, что ряд технологий помогают обеспечит безопасность и прозрачность при осуществлении сделок.

Какая технология помогает обеспечить безопасность и прозрачность транзакций в цифровом менеджменте?

А. Искусственный интеллект (AI).
Б. Блокчейн.
В. Дополненная реальность (AR).
Г. Машинное обучение (ML).
Д. Квантовые вычисления.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 375.
Прочитайте текст и установите соответствие.

Установите соответствие между действиями менеджера в области информационной безопасности и соответствующими цифровыми технологиями или методами.

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

Действия менеджера		Цифровые технологии или методы	
А.	Обеспечение защиты конфиденциальных данных компании при их передаче между сотрудниками через интернет	1.	Резервное копирование
Б.	Создание копий важных данных для их восстановления в случае сбоя системы или кибератаки	2.	Контроль доступа
В.	Выявление потенциальных угроз безопасности в цифровой инфраструктуре компании	3.	Протокол HTTPS
Г.	Ограничение доступа к критическим данным только для уполномоченных сотрудников	4.	Сканирование уязвимостей
		5.	Биометрическая аутентификация

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А.	Б.	В.	Г.

Задание 376.
Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Электронное правительство (e-Government) – это современный подход к организации государственного управления, основанный на использовании цифровых технологий. Его ключевая цель – повысить эффективность взаимодействия между государственными органами, гражданами и бизнесом, обеспечить прозрачность процессов и сделать госуслуги доступными в режиме онлайн.

Задание:

1. Выделите основные этапы внедрения электронного правительства.
2. Опишите их цели и значение для общества

Ответ:

Задание 377.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Электронное правительство (e-Government) – это современный подход к организации государственного управления, основанный на использовании цифровых технологий. Его ключевая цель – повысить эффективность взаимодействия между государственными органами, гражданами и бизнесом, обеспечить прозрачность процессов и сделать госуслуги доступными в режиме онлайн.

Задание:

1. Поясните, как электронное правительство способствует повышению прозрачности государственного управления.
2. Приведите конкретный пример.

Ответ:

Задание 378.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях цифровой трансформации электронное правительство становится неотъемлемой частью развития государства. Оно охватывает широкий спектр задач: от создания защищенной ИТ-инфраструктуры до разработки удобных сервисов для населения. Однако успех таких инициатив зависит от соблюдения базовых принципов, грамотного планирования этапов внедрения и постоянного совершенствования систем.

Задание:

1. Опишите три ключевых принципа, которые необходимо соблюдать при разработке систем электронного правительства для обеспечения их эффективности и безопасности.

Ответ:

Задание 379.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для более глубокого понимания мотивов целевой аудитории в маркетинговых исследованиях в основном применяются качественные методы. Они помогают выявить скрытые мотивы, ценности и установки потребителей.

Соотнесите методы маркетинговых исследований и соответствующие им действия.

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

Методы		Осуществляемые действия	
А	Фокус-группы	1	Индивидуальные беседы с респондентами для получения подробной информации об их отношении к продукту или услуге. Этот метод подходит для изучения сложных или деликатных вопросов.
Б	Глубинные интервью	2	Групповые дискуссии проводятся с участием 6–10 человек, которые обсуждают заданную тему и высказывают своё мнение. Это позволяет понять, как люди воспринимают продукт или услугу, какие характеристики считают важными, а какие -нет.
В	Этнографические исследования	3	Метод исследования позволяет изучать потребителей в их естественной среде обитания для понимания их поведения и потребностей.
Г	Опросы	4	Метод исследования позволяет выяснить, чем довольна и чем недовольна целевая аудитория
Д	Анализ отзывов клиентов	5	Позволяют понять мотивы целевой аудитории.
		6	Метод исследования первичной маркетинговой информации об изучаемом объекте путем наблюдения за выбранными группами людей, действиями и ситуациями

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 380.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

С помощью различных методов исследования компании принимают обоснованные решения, понимают рынок, анализируют конкурентов и определяют потребности клиентов.

Предприятие выпускает кондитерские изделия и хочет занять высокие позиции на конкурентном рынке. Поэтому для предприятия очень важны результаты маркетингового исследования, которые позволят в будущем быть конкурентоспособным предприятием и выпускать качественную продукцию.

Задание:

1. Предложите два наиболее эффективных метода исследования, которые можно использовать для проведения анализа рынка.

2. Назовите, что необходимо в первую очередь учесть при проведении анализа потребителей в данной ситуации.

3. Назовите не менее пяти основных показателей, которые необходимо оценить при проведении анализа конкурентов.

Ответ:

Задание 381.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Предприятие по продаже одежды планирует выйти на новый рынок сбыта, с этой целью необходимо провести маркетинговое исследование. Расположите этапы организации и проведения маркетингового исследования в правильной последовательности.

1. Анализ собранных данных и интерпретация результатов.
2. Определение целей и задач маркетингового исследования.
3. Подготовка отчета и презентация результатов заинтересованным сторонам.
4. Разработка плана исследования, включая выбор методов сбора данных.
5. Сбор данных (проведение опросов, интервью, наблюдений и т.д.).
6. Формулировка проблемы или вопроса, требующего исследования.
7. Обработка и систематизация полученных данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 382.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях высокой конкуренции на рынке сбыта, компания «Альфа» столкнулась с падением продаж своей продукции. Руководство компании приняло решение провести маркетинговое исследование, чтобы выявить причины снижения спроса и разработать стратегию для улучшения позиций на рынке.

Задание:

1. Назовите этапы маркетингового исследования, которые необходимо осуществить компании «Альфа» для решения проблемы и обоснуйте свой выбор.
2. Сделайте краткий вывод, что даст проведение маркетингового исследования компании «Альфа».

Ответ:

Задание 383.

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

При прохождении технологической практики вам был задан такой вопрос: какие два метода сбора данных наиболее эффективно подходят для выявления скрытых мотивов потребителей при разработке нового продукта?

А. Опрос посредством телефонного интервьюирования.

Б. Фокус-группа с последующим контент-анализом высказываний.

В. Наблюдение за поведением покупателей в торговой точке.

Г. Глубинное интервью с использованием проективных методик.

Д. Анализ данных о продажах за предыдущий период.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 384.
Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.
Вы проходите преддипломную практику в компании, которая планирует запустить новую линию экологически чистых продуктов для дома. Для разработки эффективной маркетинговой стратегии необходимо проанализировать поведенческие факторы потребителей и выбрать инструменты их исследования.
Задание:
1. Перечислите два-три основных поведенческих фактора, которые могут влиять на выбор экологически чистых продуктов.
2. Выберите три инструмента исследования этих факторов и обоснуйте их выбор.
3. Сформулируйте рекомендации по использованию результатов исследования для разработки маркетинговой стратегии.

Ответ:

Задание 385.
Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.
Укажите и обоснуйте наиболее эффективный способ проведения исследования конкурентов:
А. Комплексный анализ.
Б. SWOT-анализ.
В. Анализ пяти сил Портера.
Г. PEST-анализ.
Д. Сравнительный анализ.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 386.
Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.
Укажите и обоснуйте наиболее эффективный метод маркетингового исследования для прогнозирования изменения спроса при изменении цены:
А. Анализ эластичности спроса.
Б. Опросы потребителей.
В. Регрессионный анализ.
Г. Анализ временных рядов.
Д. Сравнительный анализ.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 387.

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

Компания «Бета» планирует вывести на рынок новый продукт - умную колонку с голосовым помощником. Перед запуском продукта необходимо провести маркетинговое исследование, чтобы оценить потенциальный спрос, изучить поведение потребителей и проанализировать конкурентов.

Выберите из предложенных методы сбора информации, которые вы порекомендуете компании «Бета» для проведения маркетингового исследования:

А. Проведение онлайн-опросов среди целевой аудитории.

Б. Анализ финансовой отчетности конкурентов.

В. Наблюдение за поведением посетителей в магазинах электроники.

Г. Изучение данных о посещаемости веб-сайтов конкурентов.

Д. Проведение фокус-групп с потенциальными потребителями.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 388.

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

Компания «Грас» производит экологически чистую бытовую химию. Руководство компании хочет изучить рынок, чтобы определить оптимальную цену на новый продукт – стиральный порошок. Для этого необходимо проанализировать цены конкурентов, затраты на производство и восприятие ценности продукта потребителями.

Назовите методы ценообразования, которые вы порекомендуете компании «Грас»:

А. Метод «затраты плюс» (добавление наценки к себестоимости).

Б. Метод ценообразования на основе воспринимаемой ценности продукта.

В. Метод анализа безубыточности.

Г. Метод следования за лидером рынка.

Д. Метод динамического ценообразования.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 389.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Любое хозяйственное решение должно основываться на результатах экономических исследований, эффективность которых зависит от выбора

методов для их проведения, непосредственно влияющих на полноту и достоверность результатов исследования.

Распределите нижеперечисленные методы научных исследований по группам методов.

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

Группы методов		Методы исследования	
А	Эмпирические методы	1	SWOT-анализ
Б	Теоретические методы	2	Контент-анализ
В	Эмпирико-теоретические (общелогические) методы	3	Системный анализ
Г	Специальные методы, применяемые в управлении и экономике	4	Моделирование
Д	Методы социологического исследования	5	Анализ
		6	Синергетический метод

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 390.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите технологическую (проектно-технологическую) практику в компании, занимающейся установкой и обслуживанием программного обеспечения для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-систем).

Задание:

1. Осуществите сравнительный анализ деятельности двух конкурирующих организаций на рынке программного обеспечения для управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-систем). Выберите в качестве объектов исследования компании Salesforce и Microsoft Dynamics 365.

Ответ:

Задание 391.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите преддипломную практику в качестве маркетолога в компании, занимающейся производством экологически чистых упаковочных материалов. Компания планирует расширить ассортимент и вывести на рынок новую линейку биоразлагаемых контейнеров для доставки еды.

Задание:

1. Разработайте вопросы для первичного маркетингового исследования для оценки потенциального спроса на биоразлагаемые контейнеры среди целевой аудитории – ресторанов и служб доставки еды в вашем регионе. Сформулируйте три ключевых вопроса, которые помогут вам определить:

1.1. Отношение к экологичной упаковке и готовность платить за нее.

1.2. Основные критерии выбора упаковки для доставки еды (прочность, термостойкость, цена).

1.3. Наиболее распространенные проблемы, с которыми сталкиваются рестораны при использовании текущей упаковки.

Ответ:

Задание 392.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте ключевые каналы для исследования оценки эффективности продвижения нового мобильного приложения для изучения иностранных языков.

А. Комплексный аналитический канал.

Б. Контент-маркетинг.

В. Образовательные платформы.

Г. Социальные сети.

Д. Партнерские программы.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 393.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие занимается сбытом продукции и для решения возникших проблем решает провести маркетинговые исследования.

В рамках проведения маркетинговых исследований основной целью предприятия является оценка эффективности сбытовой деятельности и выявление возможностей для улучшения деятельности на конкурентном рынке.

Задание:

1. Предложите эффективные шаги проведения исследования.

2. Обоснуйте выбранные мероприятия проведения маркетинговых исследований.

3. Укажите методы для проведения исследования сбытовой деятельности предприятия.

Ответ:

Задание 394.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предприятие «ТехноСбыт» занимается сбытом электронных компонентов на региональном рынке. В последнее время компания столкнулась с проблемами снижения продаж и усиления конкуренции. Руководство решило провести маркетинговое исследование, чтобы оценить эффективность сбытовой деятельности и выявить возможности для улучшения.

Задание:

1. Назовите методы, которые наиболее эффективны для проведения исследования сбытовой деятельности предприятия

2. Укажите, какие ожидаемые результаты может получить предприятие в результате проведения маркетингового исследования.

3. Обоснуйте, какие преимущества получит предприятие в результате проведения маркетинговых исследований.

Ответ:

Задание 395.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Мега» планирует расширить свой ассортимент, добавив линейку органических продуктов питания. Для успешного вывода продукта на рынок необходимо провести маркетинговое исследование, чтобы изучить предпочтения потребителей, проанализировать конкурентов и определить оптимальные каналы продвижения.

Задание:

1. Назовите какие этапы маркетингового исследования вы предложите компании «Омега» и кратко опишите, что они в себя будут включать, учитывая необходимость анализа потребителей, конкурентов и каналов продвижения.

Ответ:

Задание 396.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Дельта» столкнулась с ростом затрат на производство своей продукции, что привело к необходимости пересмотра ценовой политики. Руководство компании хочет провести анализ структуры затрат и цен, чтобы определить оптимальную стратегию ценообразования.

Задание:

1. Определите какие методы анализа затрат и цен вы порекомендуете компании «Дельта», учитывая необходимость учета факторов изменения затрат и цен.

2. Кратко обоснуйте свой ответ.

Ответ:

Задание 397.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Предположим, вы – маркетолог-стажер компании, занимающейся производством органических продуктов питания. В связи с усилением конкуренции на рынке и необходимостью расширения целевой аудитории, руководство поручило вам провести маркетинговое исследование для выявления потребностей и предпочтений потенциальных потребителей.

Задание:

1. Необходимо спланировать и описать основные этапы маркетингового исследования, направленного на изучение отношения потребителей к органическим продуктам питания.

Ответ:

Задание 398.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – маркетолог-стажер компании, занимающейся производством органических снеков. Перед вами стоит задача оптимизации каналов продвижения продукции. Текущая стратегия основывается на таргетированной рекламе в социальных сетях и участии в специализированных выставках. Однако, анализ продаж за последний квартал показал стагнацию, что свидетельствует о необходимости пересмотра текущих подходов.

Задание:

1. Определите 3 потенциально перспективных канала продвижения, которые не используются в настоящее время, и обоснуйте свой выбор, опираясь на данные исследований рынка органических продуктов и тенденции потребительского поведения. (например, Nielsen, Mintel).

2. Разработайте краткий план оценки эффективности одного из предложенных каналов, включающий ключевые метрики и методы сбора данных.

Ответ:

Задание 399.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Региональная сеть кофеен «Уютный Кофе» планирует расширение в соседний регион. В рамках бизнес-планирования необходимо разработать маркетинговую стратегию, учитывающую особенности нового рынка. Анализ показал, что в целевом регионе преобладает конкуренция среди

сетевых кофеен среднего ценового сегмента, при этом наблюдается дефицит локальных заведений с уникальной атмосферой.

Маркетолог применяет инструменты маркетингового анализа (SWOT, PEST, конкурентный анализ) и выявляет ключевые возможности: недостаток «уютных» кофеен с зонами для работы; высокий спрос на specialty-кофе среди аудитории 20-35 лет; активное использование социальных сетей местными жителями

На основе этих данных разрабатывается стратегия позиционирования как «места для работы и отдыха с качественным кофе», с акцентом на digital-продвижение через соц. сети и Telegram, коллаборации с локальными блогерами и мероприятия для коворкинга.

Задание:

1.Как применение инструментов маркетингового анализа повлияло на разработку стратегии выхода на новый рынок?

2.Какие каналы продвижения наиболее эффективны для реализации данной стратегии и почему?

3.Как можно оценить эффективность разработанной маркетинговой стратегии после запуска?

Ответ:

Задание 400.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите правильную последовательность этапов разработки рекламной кампании, основываясь на принципах маркетинга и менеджмента:

1. Разработка креативной концепции и медиапланирование.
2. Проведение пост-кампанийного анализа (оценка эффективности).
3. Определение целевой аудитории и позиционирование.
4. Постановка целей и задач рекламной кампании.
5. Реализация рекламной кампании.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 401.

Прочитайте текст и установите соответствие.

С целью разработки маркетинговой стратегии, необходимо определить к какому виду логистической системы относится предприятие.

Соотнесите название логистической системы с ее характеристикой.

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

Название системы		Характеристика	
А	Логистическая система	1	Крупная система, охватывающая предприятия и организации промышленности, посреднические,

			торговые и транспортные организации различных ведомств.
Б	Макрологистическая система	2	Система, в которой доведение материального потока до потребителя может осуществляться как по прямым связям, так и с участием посредников.
В	Логистическая система эшелонированная, или многоуровневая	3	Множество элементов, находящихся в отношениях и связях друг с другом, образующих определенную целостность и единство.
Г	Логистическая система гибкая	4	Приспосабливающаяся система с обратной связью, выполняющая те или иные логистические функции, состоящая, как правило, из нескольких подсистем и имеющая развитые связи с внешней средой.
Д	Микрологистические системы	5	Логистическая система, в которой материальный поток на пути от производителя к потребителю проходит через посредников (дилеров, дистрибьюторов и других).
		6	Являются подсистемами, структурными составляющими других систем. К ним относятся различные производственные и торговые предприятия, отдельные подразделения предприятия.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 402.

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

Маркетинговая товарная политика является важной компонентой в разработке и реализации маркетинговой стратегии компании. Она требует не только глубокого понимания рынка, но и умения планировать и осуществлять мероприятия при разработке нового продукта. Определите факторы, которые являются ключевыми при разработке маркетинговой товарной политики для нового продукта.

А. Анализ потребительских потребностей

Б. Анализ конкурентов

В. Анализ ассортиментной концепции фирмы

Г. Эффективное управление персоналом

Д. Определение уникального торгового предложения

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 403.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Небольшое эко-брендинговое агентство «EcoWave» хочет увеличить свою аудиторию и повысить осведомленность о своих услугах в области экологически чистых решений для бизнеса. Агентство работает с местными производителями, помогая им развивать устойчивые практики и продвигать свои товары как экологически безопасные. На сегодняшний день они используют традиционные рекламные методы, такие как листовки и местные мероприятия, но не видят значительного роста.

Задание:

Разработать современную стратегию продвижения, ориентированную на цифровые медиа и платформы для эко-брендингового агентства «EcoWave». Объясните, каких результатов можно достичь, реализовав предложенную стратегию продвижения.

Ответ:

Задание 404.

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

Проходя практическую подготовку, вы узнали, что компания планирует запустить рекламную кампанию для продвижения нового продукта. Для эффективного использования современных рекламных и медийных систем необходимо выбрать наиболее подходящие платформы.

Какие из следующих рекламных платформ наиболее эффективны для продвижения нового продукта в современных условиях? Выберите два правильных ответа из предложенных вариантов и объясните свой выбор.

А. Социальные сети (ВКонтакте, Одноклассники).

Б. Наружная реклама (билборды, баннеры).

В. Поисковые системы (Google, Яндекс).

Г. Телевизионная реклама.

Д. Платформы для видеохостинга (RuTube, TikTok).

Е. Печатные СМИ (газеты, журналы).

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 405.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Вы – маркетолог в стартапе «ЭкоЛавка», который занимается доставкой фермерских продуктов (овощи, молоко, мясо) в пределах города. Компания только выходит на рынок и сталкивается со следующими вызовами: высокая конкуренция с крупными маркетплейсами и локальными сервисами доставки; ограниченный бюджет на продвижение (не более 500 тыс. руб. в первый квартал); необходимость сформировать лояльную аудиторию, которая будет делать повторные заказы

На основе представленных данных необходимо разработать маркетинговую стратегию и соотнести её элементы с инструментами реализации, используя таблицу соответствия.

Исходные данные: Целевая аудитория: женщины 25–45 лет, заботящиеся о здоровом питании; молодые семьи с детьми; приверженцы ЗОЖ, готовые платить за качество. Конкурентные преимущества: прямые договоры с локальными фермерами (ниже цены, чем у перекупщиков); экоупаковка и доставка в течение 2 часов; возможность подписки на еженедельные наборы. Ограничения: нет узнаваемости бренда; мало отзывов и доверия со стороны клиентов.

Описание понятия		Название понятия	
А.	Позиционирование бренда	1.	Разработка УТП («Свежесть с грядки за 2 часа»)
Б.	Привлечение первых клиентов	2.	Партнерство с ЗОЖ-блогерами
В.	Повышение лояльности	3.	Введение программы подписки
Г.	Оптимизация рекламного бюджета	4.	A/B-тестирование объявлений
Д.	Анализ эффективности	5.	Расчет ROI и LTV
		6.	Создание мобильного приложения

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 406.

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

Вы возглавляете маркетинговый отдел компании «GreenGadget», которая производит экологичные гаджеты (солнечные зарядки, эко-наушники и др.). Компания готовится к запуску новой линейки продуктов и нуждается в оптимизации маркетингового бюджета на 2025 год. Однако, имеются следующие проблем: низкая конверсия в контекстной рекламе; аысокие затраты на привлечение клиентов через соцсети; недостаточная вовлеченность аудитории в контент-маркетинг.

В рамках бизнес-планирования вам необходимо перераспределить бюджет и выбрать несколько оптимальных решения, которые снизят стоимость привлечения клиента (CPA) и увеличат вовлеченность аудитории и лояльность бренда, среди которых:

А. Увеличить долю бюджета на контент-маркетинг (SEO и блог), сократив расходы на контекстную рекламу.

Б. Запустить реферальную программу для существующих клиентов с бонусами за привлечение друзей.

В. Полностью отказаться от оффлайн-мероприятий и перенаправить бюджет на таргетированную рекламу.

Г. Оптимизировать таргетированную рекламу (A/B-тесты аудиторий и креативов) без изменения бюджета.

Д. Инвестировать в разработку мобильного приложения для удобства покупок.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 407.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «EcoStyle» (производитель экологичной косметики) планирует запустить новую линейку шампуней. Необходимо разработать структуру плана рекламной кампании, включая ключевые разделы.

Задание:

1. Перечислить 5 основных разделов плана и кратко пояснить их содержание.

2. Провести расчет ROI рекламной кампании, если бюджет кампании «EcoStyle» составил 500 000 руб., дополнительная прибыль от продаж — 1 200 000 руб. Поясните, эффективна ли кампания.

Ответ:

Задание 408.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «ЛогистикПро» разрабатывает план распределения ресурсов для реализации стратегии продвижения нового продукта на рынок. Необходимо определить ключевые показатели эффективности (KPI) для оценки успешности стратегии.

Определите показатель, который наиболее точно отражает эффективность продвижения продукта:

А. Количество произведенных единиц продукции.

Б. Уровень удовлетворенности сотрудников.

В. Доля рынка, занимаемая продуктом.

Г. Количество поставщиков сырья.

Д. Средняя стоимость логистических операций.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 409.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Команда маркетологов компании, производящей компьютеры должна разработать стратегии позиционирования новых товаров. Им необходимо определить целевую аудиторию, уникальные характеристики и сформулировать ключевые сообщения для успешного продвижения продукта на рынок.

Задание:

1. Разработайте варианты позиционирования новых товаров, планируемых к выводу на рынок товаропроизводителями.

2. Определите по каждому варианту:

- целевую аудиторию;
- ключевые характеристики;
- сообщение.

Сделайте вывод.

Ответ:

Задание 410.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ресторан «Вкусные истории» работает два года и предлагает авторскую кухню с акцентом на местные продукты. Заведение привлекает постоянных клиентов, однако его известность ограничена, и необходима стратегическая программа для увеличения видимости и привлечения новых гостей.

Задание:

Необходимо разработать план продвижения, выделить ресурсы на реализацию стратегии и установить систему показателей эффективности для ресторана «Вкусные истории».

Ответ:

Задание 411.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, в которой Вы проходите практическую подготовку, занимается производством и продажей экологически чистой косметики и планирует запустить новый бренд. Для успешного продвижения необходимо разработать план маркетинговой кампании и систему показателей эффективности (KPI).

Вам необходимо разработать стратегию продвижения бренда и предложить систему оценки её эффективности.

Исходные данные:

целевая аудитория: женщины 25–45 лет, заботящиеся о здоровье и экологии;

каналы продвижения: социальные сети, блогеры, экологические мероприятия;

цели: повышение узнаваемости бренда, увеличение продаж, формирование лояльности клиентов.

Задание:

1.Опишите основные этапы плана продвижения бренда и обоснуйте их важность для компании (минимум 4).

2. Перечислите ключевые показатели эффективности (KPI), которые следует использовать для оценки успешности продвижения бренда (минимум 4).

Ответ:

Задание 412.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Бизнес-планирование в области маркетингового продвижения представляет собой системный процесс разработки, реализации и контроля стратегии продвижения товаров или услуг на рынке. Данный процесс включает несколько ключевых элементов:

1. Подбор каналов продвижения.
2. Разработка показателей эффективности.
3. Составление стратегии продвижения.
4. Взаимодействие с участниками работ
5. Планирование и контроль реализации
6. Выявление и устранение причин расхождений показателей.

Задание:

1. Объясните, почему важно разрабатывать показатели эффективности в рамках маркетинговой стратегии.

2. Как взаимодействие с участниками работ может повлиять на успешность реализации стратегии продвижения?

Ответы:

Задание 413.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ваша компания, «InnovTech Solutions», специализируется на разработке и внедрении инновационных программных решений для оптимизации логистических цепочек. Компания планирует расширение доли рынка в сегменте малого и среднего бизнеса (МСБ).

Задание:

1. Обозначьте три ключевых показателя эффективности (KPI), которые позволят отслеживать успешность реализации рекламной кампании, направленной на привлечение клиентов из сегмента МСБ.

2. Предложите два конкретных действия по корректировке рекламной стратегии, если по истечении первого месяца кампании KPI «Стоимость привлечения клиента (CAC)» превышает запланированный показатель на 20%.

3. Опишите кратко механизм контроля за соблюдением сроков реализации рекламной кампании, включая взаимодействие с подрядчиками (например, рекламным агентством).

Ответ:

Задание 414.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «Логис» планирует запустить новую стратегию продвижения своих услуг через цифровые каналы. Необходимо выбрать наиболее эффективный канал продвижения и разработать показатели для оценки его результативности.

Выявите канал продвижения наиболее эффективный для привлечения новых клиентов в условиях высокой конкуренции:

А. Печатная реклама в специализированных журналах.

Б. Прямые телефонные звонки потенциальным клиентам.

В. Таргетированная реклама в социальных сетях.

Г. Участие в отраслевых выставках.

Д. Рассылка бумажных каталогов по почте.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 415.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания, производитель бытовых товаров, планирует запустить новый продукт – многофункциональную многоразовую упаковку для хранения продуктов. Перед запуском на рынок компании необходимо разработать стратегию продвижения.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективную стратегию продвижения для успешного выхода на рынок:

А. Стратегия активного продвижения с акцентом на скидки и акции;

Б. Стратегия образования и информирования потребителей о пользе продукта для экологии;

В. Стратегия массового продвижения, используя все доступные рекламные каналы;

Г. Стратегию роста, нацеленную на масштабирование бизнеса.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 416.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания выпускает новый продукт – эко-бутылку для воды из переработанного пластика (цена: 500 руб., целевая аудитория: молодёжь 18–25 лет, заинтересованная в экологии).

Вам необходимо подобрать каналы продвижения и выполнить следующие задания.

Задание:

1. Выберите 3 канала продвижения, которые будут наиболее эффективны для этой аудитории.

2. Какой канал продвижения вы исключите из списка (TikTok-блогеры, реклама в метро, e-mail-рассылка, телевизионная реклама)? Обоснуйте свой выбор.

3. Предложите метрики для оценки эффективности выбранных каналов.

Ответ:

Задание 417.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Птицефабрика «Зеленое Перо» производит органические яйца и куриное мясо. Несмотря на высокое качество продукции, фабрика сталкивается с проблемами в продвижении и недостаточной осведомленностью о своем бренде на рынке.

Задание:

1. Выберите каналы продвижения продукции предприятия.

2. Разработайте стратегию продвижения.

Ответ:

Задание 418.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «TechGadget», в которой вы проходите практику, занимающаяся производством и продажей инновационных гаджетов (умные часы, беспроводные наушники), планирует запустить новую линейку продуктов. Для успешного продвижения необходимо выбрать наиболее эффективные каналы продвижения, которые позволят привлечь целевую аудиторию (молодые профессионалы 25–40 лет, увлеченные технологиями и гаджетами) и увеличить продажи. Бюджет при разработке стратегии подбора каналов продвижения - умеренный, необходимо оптимизировать затраты.

Задание:

1. Опишите основные критерии, которые вы будете учитывать при выборе каналов продвижения, и обоснуйте их важность для компании «TechGadget».

2. Выберете каналы продвижения для новой линейки продуктов.

3. Опишите как вы будете оценивать эффективность выбранных каналов продвижения.

Ответ:

Задание 419.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите правильную последовательность действий при создании HTML-страницы:

1. Добавить заголовок с помощью тега <H1>.
2. Сохранить файл с расширением .htm или .html.
3. Открыть документ в браузере.
4. Написать структуру документа с тегами <HTML>, <HEAD>, <BODY>.
5. Добавить текст в раздел <BODY>.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 420.

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

Какое из перечисленных преимуществ CRM-системы (на примере Битрикс24) наиболее значимо для оптимизации маркетинговых процессов в интернет-маркетинге?

А. Централизованное хранение клиентской базы и история взаимодействий.

Б. Возможность изменения названия компании в логотипе.

В. Настройка формата даты и рабочего времени.

Г. Использование предварительно отформатированного текста.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 421.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь специалистом по цифровому маркетингу в компании, занимающейся разработкой мобильных приложений. Ваша задача — выбрать подходящие сервисы для проведения электронной аналитики и интегрировать их в CRM-систему компании для повышения эффективности взаимодействия с пользователями.

Задание:

1. Перечислите два сервиса электронной аналитики, которые вы порекомендуете для анализа поведения пользователей.

2.Опишите как эти сервисы могут быть интегрированы в CRM-систему для улучшения клиентского опыта и повышения вовлечённости пользователей.

Ответ:

Задание 422.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы работаете в отделе маркетинга компании, которая занимается продажей спортивной одежды и аксессуаров через интернет-магазин. Ваша задача – разработать стратегию электронных рассылок для повышения вовлечённости клиентов и стимулирования повторных покупок.

Задания:

1.Обозначьте типы электронных рассылок, которые вы будете использовать для взаимодействия с клиентами на разных этапах их жизненного цикла.

2.Обозначьте какие метрики вы будете отслеживать для оценки эффективности ваших электронных рассылок.

3.Перечислите функции электронных рассылок в повышении вовлечённости клиентов и стимулирования повторных покупок.

Ответ:

Задание 423.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современном маркетинге интернет играет ключевую роль в продвижении товаров и услуг. Разнообразие интернет-маркетинговых инструментов позволяет компаниям выбирать наиболее эффективные стратегии для достижения своих целей. Установите соответствие между методами интернет-маркетинга и их описаниями.

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

Методы		Характеристика	
А	SEO (search engine optimization)	1	Использование социальных сетей для продвижения бренда, взаимодействия с аудиторией и создания контента
Б	СММ (социальный медиа маркетинг)	2	Размещение рекламы на сторонних веб-ресурсах, включая форумы и комментарии, для повышения узнаваемости бренда
В	Контекстная реклама	3	Оптимизация сайта для повышения его позиций в поисковых системах и увеличения органического трафика
Г	Таргетированная реклама	4	Персонализированная рассылка писем с целью информирования клиентов о продуктах, акциях и новостях компании
Д	Крауд-маркетинг	5	Реклама, показываемая пользователям на основе их интересов, возраста, местоположения и других параметров
		6	Рекламные объявления, которые появляются в результатах поиска по ключевым словам или на сайтах-партнерах

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 424.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В современном мире электронная коммерция стала ключевым каналом для покупки и продажи товаров и услуг. Понимание правильной последовательности этапов процесса покупки в системах электронной коммерции имеет решающее значение для разработки эффективных электронных торговых платформ и улучшения пользовательского опыта.

Установите правильную последовательность этапов процесса покупки в системе электронной коммерции:

1. Оплата заказа.
2. Выбор товара.
3. Оформление заказа.
4. Получение заказа.
5. Оценка и отзыв о товаре.
6. Регистрация на сайте.
7. Проверка наличия товара.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

Задание 425.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «TechStore», занимающаяся продажей электроники через интернет-магазин, планирует увеличить продажи за счет внедрения электронных рассылок. Для этого необходимо выбрать подходящий сервис и разработать стратегию рассылок.

Вам, как студенту-практиканту, предложили провести анализ сервисов электронных рассылок и предложить план их использования на основе следующих данных:

целевая аудитория компании - молодые профессионалы 25–40 лет, увлеченные технологиями;

цель электронных рассылок - увеличение продаж, повышение лояльности клиентов, рост узнаваемости бренда.

Задание:

1.Опишите основные функции и преимущества сервисов электронных рассылок (минимум 3).

2.Разработайте план электронных рассылок, который поможет достичь целей компании.

3. Сделайте выводы об основных критериях выбора сервисов для компании.

Ответ:

Задание 426.

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

Какой из перечисленных HTML-тегов используется для создания гиперссылки?

А. <img>
Б. <a>
В. <link>
Г.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 427.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

На многих предприятиях торговли и производства используют CRM-системы Битрикс24 для управления маркетингом.

Задание**:**

1. Назовите два преимущества использования CRM-системы Битрикс24 для управления маркетингом.

2. Какой инструмент в Битрикс24 позволяет автоматизировать бизнес-процессы?

Ответ:

Задание 428.

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

Электронная аналитика потребителей стала неотъемлемой частью современного маркетинга, позволяя компаниям лучше понимать своих клиентов и адаптировать свои стратегии под их потребности. Различные методы аналитики предоставляют ценную информацию о поведении, предпочтениях и мотивах потребителей, что критично для успешного продвижения товаров и услуг.

Выберите два наиболее эффективных метода электронной аналитики и объяснить свой выбор.

А. Веб-аналитика.
Б. Социальные сети.
В. Онлайн-опросы.
Г. Панельные исследования.

Д. Фокус-группы.

Е. Трекинг поведения на сайте.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 429.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях высокой конкуренции важно не только привлекать новых клиентов, но и сохранять уже имеющихся, обеспечивая высокий уровень их удовлетворённости и лояльности. Эффективное управление клиентской базой требует применения различных методов и инструментов, которые позволяют лучше понимать потребности клиентов, персонализировать предложения и улучшать качество обслуживания.

Вопросы:

1.Перечислите методы управления клиентской базой.

2.Какой метод управления клиентской базой вы считаете наиболее перспективным для роста компании, и почему?

Ответ:

Задание 430.

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

В современном бизнесе электронная коммерция стала ключевым инструментом для расширения рынков сбыта и повышения эффективности операций. Она предлагает ряд преимуществ, которые могут существенно повысить конкурентоспособность компаний на глобальном рынке.

Выберите два наиболее важных преимущества электронной коммерции для бизнеса из предложенных вариантов и объясните свой выбор:

А. Глобальный охват рынка.

Б. Снижение затрат на логистику.

В. Возможность круглосуточной работы.

Г. Улучшение взаимодействия с клиентами.

Д. Повышение безопасности транзакций.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 431.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь менеджером по электронной коммерции в компании, расположенной в Ростовской области. Ваша компания планирует расширить

онлайн-продажи и нуждается в выборе оптимальных платежных систем для своих клиентов.

Задание:

1.Опишите основные виды платежных систем, которые вы бы рекомендовали для использования в вашем регионе. Выделите их преимущества и недостатки.

2.Обоснуйте, почему каждая из них может быть предпочтительной для бизнеса в Ростовской области.

Ответ:

Задание 432.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы – начинающий маркетолог-стажер в компании, занимающейся онлайн-продажей товаров для дома. Руководство поручило вам оценить эффективность рекламных кампаний, но данные разрознены: информация о расходах – в рекламных кабинетах, данные о заказах – в CRM, а аналитика сайта – в Google Analytics.

Задание:

1.Опишите, как сервисы сквозной аналитики могут помочь вам в решении этой задачи. Объясните, какие конкретно проблемы, связанные с разрозненностью данных, они позволяют решить.

2.Перечислите основные метрики при анализе эффективности рекламных кампаний с использованием сквозной аналитики (минимум 4).

3.Какие потенциальные сложности могут возникнуть при внедрении и использовании сервисов сквозной аналитики? Как можно минимизировать эти риски?

Ответ:

Задание 433.

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

Современные модели облачных вычислений способствуют реализации планов маркетинговых исследований.

Какая модель облачных вычислений предполагает предоставление клиентам готового программного обеспечения через интернет?

А. IaaS (Infrastructure as a Service)

Б. PaaS (Platform as a Service)

В. SaaS (Software as a Service)

Г. HaaS (Hardware as a Service)

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 434.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Современные инструменты облачных сервисов эффективно используются для электронной аналитики на предприятиях различных сфер деятельности.

Задание:

1. Сравните публичное и частное облако по критерию безопасности.

2. Какие маркетинговые инструменты облачных сервисов можно использовать для электронной аналитики?

Ответ:

Задание 435.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «СервисПлюс» предоставляет услуги по техническому обслуживанию оборудования и стремится улучшить клиентский опыт для повышения лояльности и удержания клиентов. Для этого необходимо разработать стратегию управления клиентским опытом.

Задание:

1.Опишите основные стратегии управления клиентским опытом и обоснуйте их важность для компании «СервисПлюс».

2.Перечислите инструменты и технологии, которые можно использовать для улучшения клиентского опыта.

Ответ:

Задание 436.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «СервисПлюс» предоставляет услуги по техническому обслуживанию оборудования и стремится улучшить взаимодействие с клиентами. Для этого решено внедрить CRM-систему, которая позволит оптимизировать продажи, маркетинг и обслуживание клиентов.

Вам необходимо разработать стратегию внедрения CRM-системы и обосновать ее выбор.

Исходные данные:

1.Тип клиентов: бизнес и частные лица.

2.Каналы коммуникации: телефон, электронная почта, социальные сети.

3.Цели внедрения: повышение удовлетворенности клиентов, увеличение продаж и оптимизация коммуникаций.

Задание:

1.Опишите основные этапы внедрения CRM-системы и обоснуйте их важность для компании «СервисПлюс».

2.Опишите какие функции CRM-системы будут наиболее полезны для улучшения взаимодействия с клиентами и почему.

3. Перечислите какие ключевые показатели эффективности (KPI) следует использовать для оценки успеха внедрения CRM-системы.

Ответ:

Задание 437.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь маркетологом в компании, которая планирует запустить новый продукт на рынок. Ваша задача — провести маркетинговые исследования в сети Интернет, чтобы определить потенциальную аудиторию и ее потребности.

Задание:

1.Опишите, как вы будете проводить маркетинговые исследования в сети Интернет для нового продукта.

2.Укажите 3-4 инструмента или метода, которые вы будете использовать.

3.Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Задание 438.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы проходите практику на предприятии, где Вам выдали задание как начинающему интернет-маркетологу Вам поручено разработать и реализовать программу продвижения для нового онлайн-магазина, специализирующегося на продаже экологически чистых продуктов питания.

Задание:

1.Определите целевую аудиторию для продвижения этого онлайн-магазина. Опишите характеристики (возраст, интересы, уровень дохода, географическое положение и т.д.) и обоснуйте свой выбор.

2. Обоснуйте выбор канала продвижения, учитывая целевую аудиторию и специфику продукта.

3.Предложите три конкретных действия, которые необходимо выполнить в рамках выбранных каналов продвижения для привлечения первых клиентов в онлайн-магазин.

Ответ:

Задание 439.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Способность понимать и применять принципы маркетинговых исследований является необходимой компетенцией для осуществления маркетинговой деятельности на уровне региона.

Для развития туристической отрасли в регионе необходимо провести исследование

Задание:

1. Определите не менее трех задач, которые решает проведение маркетинговых исследований в региональном маркетинге.

2. Опишите не менее трех методов проведения маркетинговых исследований для выявления мнений о возможностях в развитии туристической отрасли региона. Обоснуйте, какой из методов является наименее трудоёмким и финансово затратным.

Ответ:

Задание 440.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Производитель женских наручных часов хочет обновить ассортимент, предлагая новые модели. Для этого необходимо изучить потребительские предпочтения, чтобы понять, какие характеристики и дизайны будут более привлекательны для целевой аудитории.

Задание:

1. Определите метод проведения маркетингового исследования потребительских предпочтений, который позволит в самые краткие сроки дать результат. Обоснуйте свой ответ.

2. Перечислите этапы проведения онлайн-опроса.

Ответ:

Задание 441.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите правильную последовательность этапов организации и проведения оперативного анализа и прогнозирования товарных рынков факторов производства:

1. Определение объекта анализа (одного из факторов производства и товарный рынок, связанный с фактором производства).
2. Анализ текущей ситуации на выбранном товарном рынке.
3. Сбор данных о текущем состоянии товарного рынка.
4. Подготовка отчета с рекомендациями для заинтересованных сторон.
5. Презентация результатов
6. Прогнозирование (оценка будущих тенденций на рынке).

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 442.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

CRM-маркетинг, как одна из передовых методик взаимодействия с клиентами, играет важную роль в создании и поддержании устойчивого спроса. Используя данные о поведении и предпочтениях клиентов, можно формировать персонализированные предложения, которые будут соответствовать ожиданиям и нуждам потребителей, стимулируя их к совершению покупок и повторным обращениям к вашему бренду.

Вы являетесь специалистом по маркетингу в компании, выпускающей инновационную бытовую технику. Задача состоит в разработке стратегии CRM-маркетинга, направленной на формирование устойчивого потребительского спроса и привлечение новой аудитории.

Задание:

1.Опишите, каким образом CRM-маркетинг влияет на формирование потребительского спроса. Укажите основные механизмы воздействия.

2.Какие инструменты CRM-маркетинга вы бы использовали для увеличения лояльности существующих клиентов и привлечения новых?

3.Составьте краткий план мероприятий по использованию CRM-маркетинга для усиления позиционирования бренда на рынке и стимулирования покупательской активности.

Ответ:

Задание 443.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Компания «МаркетПро» занимается производством и продажей бытовой техники. Для успешного управления жизненным циклом товара необходимо провести анализ рынка, спроса и конкурентов. В рамках исследования используются различные методы и инструменты.

Установите соответствие между методами/инструментами маркетинговых исследований и их описанием.

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

Виды услуг		Осуществляемые операции	
А	Анализ данных с помощью программы Яндекс Метрики	1	Метод, позволяющий классифицировать товары по степени их важности для компании на основе объема продаж или прибыли.
Б	Проведение опросов потребителей	2	Инструмент для анализа поведения посетителей веб-сайта, оценки источников трафика и конверсии.
В	Использование сервиса SimilarWeb	3	Метод сбора первичных данных о предпочтениях, ожиданиях и удовлетворенности потребителей.

	для анализа конкурентов.		
Г	Применение метода АВС-анализа для сегментации товаров.	4	Сервис для изучения трафика, источников перехода и популярности сайтов конкурентов.
Д	Изучение отзывов на маркетплейсах.	5	Метод анализа потребительских предпочтений на основе их отзывов и рейтингов.
		6	Инструмент для прогнозирования спроса на основе исторических данных и трендов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 444.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Какой из перечисленных методов исследования товарных рынков наиболее эффективен для определения потребительских предпочтений и ожиданий при разработке нового продукта?

А. Фокус-группы.

Б. Опросы.

В. Анализ вторичных данных.

Г. Наблюдение.

Д. Анкетирование.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 445.

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

Вы проходите практику, в компания «ФармСбыт», которая занимается оптовой продажей лекарств и медицинских товаров. Для оптимизации работы с клиентами (аптеками, клиниками) и увеличения доли рынка Вам необходимо провести маркетинговое исследование.

Укажите и обоснуйте два наиболее эффективных метода, направленных на выявление потребности клиентов в аптечной продукции.

А. АВС- анализ.

Б. Фокус-группа.

В. Глубинные интервью.

Г. PEST-анализ.

Д. SWOT-анализ.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 446.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы находитесь на производственной практике на предприятии по изготовлению кондитерской продукции и ключевым фактором является разработка стратегий для эффективного формирования потребительского спроса. Как известно это требует обоснования и комплексного подхода, включающего маркетинговые исследования и применение специфических алгоритмов.

Задание:

1. Укажите стратегию для эффективного формирования потребительского спроса.

2. Назовите этапы маркетингового исследования по разработке стратегии.

3.Назовите за счет чего достигается эффективность формирования спроса на кондитерскую продукцию.

Ответ:

Задание 447.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Соотнесите методы маркетинговых исследований, используемые в региональном маркетинге, и соответствующее им содержание.

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

Методы маркетинговых исследований, применяемые в региональном маркетинге		Содержание методов в контексте регионального маркетинга	
А	Бенчмаркинг	1	Позволяет оценить внутренние и внешние факторы, влияющие на развитие конкретной территории, и является неотъемлемой частью стратегического регионального маркетинга. Основные компоненты данного анализа (сильные и слабые стороны, возможности и угрозы) позволяют более глубоко понять конкурентные преимущества и риски, связанные с формированием имиджа и развитием территорий
Б	SWOT-анализ	2	Позволяет оценить внешнюю среду, влияющую на региональный маркетинг: социальные изменения, такие как увеличение населения и изменение демографии; технологические прорывы, экономическую

			ситуацию, а также политическая стабильность.
В	STEP-анализ	3	Позволяет организациям анализировать успешные примеры других регионов, изучая их стратегии, подходы к привлечению инвестиций и развития бренда.
Г	GETS-анализ	4	Позволяет проанализировать и сгруппировать потребителей территориальных благ по степени предсказуемости их спроса и по величине так называемой «пожизненной стоимости клиента»: по денежному эквиваленту величины спроса, который может быть предъявлен постоянным, лояльным данному городу, региону клиентом
Д	Конкурентный анализ	5	Позволяет детально рассмотреть контекст, в котором функционирует регион: географические аспекты (расположение и доступность с точки зрения преимущества или ограничения для бизнеса); экономические условия, включая уровень жизни и потребительскую способность; социокультурные особенности региона, влияющие на спрос и предпочтения
		6	Позволяет идентифицировать основных игроков на региональном рынке и их стратегии; понимание сильных и слабых сторон конкурентов, их позиционирования и уникальных предложений; включает анализ ценовой политики, рекламных кампаний и распределительных каналов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 448.

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

Компания «TechGenius» хочет улучшить свою маркетинговую стратегию, чтобы повысить продажи новых технологий для умного дома. В связи с этим, они проводили исследование, в ходе которого рассматривали различные аспекты, включая конкурентов, каналы продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спрос и его изменения, товарные рынки и рынки факторов производства.

Выберите из предложенных два наиболее эффективных варианта методов исследования, которые «TechGenius» должен использовать, чтобы добиться успеха.

А. Анализ конкурентных предложений и оценка их сильных и слабых сторон.

Б. Опросить только существующих покупателей о их предпочтениях без учета потенциальных клиентов.

В. Изучение онлайн-аналитики для оценки поведения посетителей веб-сайта и их реакций на имеющиеся продукты.

Г. Проведение анализа тенденций на рынке технологий для умного дома и соответствия их изменению спроса.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 449.

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

Рассмотрите ситуацию, когда предприятие планирует вывести на рынок новый продукт – органический йогурт. Проведите анализ ключевых факторов, влияющих на его конкурентоспособность, и оцените потенциальные риски, связанные с обеспечением соответствия стандартам качества.

Выберите два из перечисленных ниже критериев, которые являются наиболее значимыми при оценке конкурентоспособности органического йогурта и обосновании его соответствия требованиям экспертизы качества.

А. Уровень рекламной активности конкурентов и частота упоминаний продукта в социальных сетях.

Б. Соответствие заявленного состава продукта фактическому, подтвержденное лабораторными исследованиями (ГОСТ 31981-2013 «Йогурты. Общие технические условия»).

В. Эластичность спроса на йогурт в зависимости от изменения цены на сопутствующие товары (например, фрукты, мюсли).

Г. Наличие сертификатов соответствия органическому производству и соответствие требованиям технического регламента Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции» (ТР ТС 021/2011).

Д. Субъективное мнение потребителей о вкусовых качествах продукта, полученное в результате проведения фокус-групп.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 450.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В современном мире, где конкуренция на рынках становится всё более ожесточённой, ключевым фактором успеха любой компании является глубокое понимание своих клиентов. CRM-маркетинг предоставляет

мощные инструменты для сбора, анализа и использования данных о потребителях, позволяя компаниям выстраивать более тесные и взаимовыгодные отношения с ними.

Вы работаете маркетологом в компании, которая производит и продаёт спортивное питание. Ваша задача — собрать и проанализировать данные о потребителях для разработки эффективной CRM-стратегии. Данные будут использованы для сегментации клиентов, персонализации предложений и повышения их вовлечённости.

Задания:

1.Охарактеризуйте источники данных, которые вы будете использовать для сбора информации о потребителях.

2.Перечислите методы обработки данных, которые вы примените для извлечения полезных инсайтов.

3.Расскажите каким образом полученные данные помогут в формировании персонализированного подхода к клиентам.

Ответ:

Задание 451.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «ЭкоПродукт» планирует вывести на рынок новую линейку полезных для здоровья продуктов. Для успешного запуска продукта необходимо провести анализ рынка, изучить спрос, конкурентов и определить оптимальную ценовую стратегию. Руководство компании рассматривает различные методы ценообразования.

Определите метод ценообразования, наиболее подходящий для нового продукта компании «ЭкоПродукт»:

А. Метод «затраты плюс» (добавление наценки к себестоимости).

Б. Метод ценообразования на основе воспринимаемой ценности.

В. Метод следования за лидером рынка.

Г. Метод динамического ценообразования.

Д. Метод анализа безубыточности.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 452.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы работаете маркетологом в компании «Эковиб», занимающейся производством и продажей экологически чистой бытовой химии. Ваша компания планирует запустить новый продукт – универсальное моющее средство, которое будет безопасным для здоровья и окружающей среды. Ваша задача - провести анализ и прогнозирование товарного рынка для этого нового продукта, чтобы понять, насколько высок спрос на него и каков его потенциальный успех.

Задание:

1. Определите два сегмента рынка, на котором стоит сосредоточиться компании.

2. Определите метод маркетингового исследования, который позволит выявить спрос на новый продукт.

Ответ:

Задание 453.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику на предприятии ООО «МВ-СТРОЙ», которое занимается выпуском строительных материалов и превзошло конкурентов по цене и ассортименту, но уступило позиции по количеству выпуска продукции. В Ваши обязанности входит проведение исследования конкурентов на рынке строительной отрасли, чтобы оценить сильные и слабые стороны ключевых конкурентов, выявить рыночные ниши и предложить стратегии для укрепления позиций предприятия.

1. Укажите два наиболее эффективных метода анализа, которые позволят получить наиболее полные сведения о деятельности конкурентов.

2. Укажите конкретные шаги для улучшения конкурентоспособности предприятия.

Ответ:

Задание 454.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В ходе производственной практики Вы получили сведения о затратах предприятия «ЭлектроСвет», которое производит светодиодные лампы. Данные о затратах за месяц: стоимость сырья и материалов составляют всего 375000 руб., затраты на оплату труда - 580000 руб., косвенные затраты (общепроизводственные расходы)- 280 000 руб. Известно, что продано всего 15000 ламп, цена реализации установлена на уровне 1 500 рублей за лампу. Необходимо провести обработку полученной информации и выполнить задание.

Задание:

1. Определите состав цены и выявите факторы, влияющие на себестоимость продукции.

2. Выполните расчет суммы прибыли предприятия, в том числе за единицу продукции.

3. Дайте рекомендации предприятию по снижению себестоимости.

4. Обоснуйте Ваши предложения и сделайте вывод.

Ответ:

Задание 455.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Региональный маркетинг направлен на выявление, анализ и удовлетворение потребностей региональных субъектов, эффективное применение региональных ресурсов Он базируется на учете собственных интересов региона с целью решения задач региона и поддержания конкурентных позиций. Инструментарий комплекса маркетинга представляет особый интерес в рамках повышения уровня привлекательности региона.

Задание:

1. Обоснуйте возможность применения инструментов комплекса маркетинга в региональном аспекте.

2. Укажите инструменты, которые входят в комплекс регионального маркетинга.

3. Покажите отличительные особенности инструментов комплекса регионального маркетинга.

Ответ:

Задание 456.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «EcoGlam» планирует запустить новую линию органической косметики, которая будет полностью натуральной и экологически чистой. Перед тем, как выйти на рынок, компания хочет провести маркетинговые исследования, чтобы понять потребности своих клиентов, оценить качество конкурирующих продуктов и выбрать подходящие каналы продвижения.

Задание:

1. Опишите основные этапы проведения маркетинговых исследований для новой линии органической косметики;

2. Сделайте выводы о том, что может получить компания при условии проведения маркетинговых исследований с применением качественных и количественных методов исследований.

Ответ:

Задание 457.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Определите, что из ниже следующего является важным аспектом при исследовании каналов продвижения.

А. Оценка финансовых показателей компании.

Б. Изучение предпочтений целевой аудитории.

В. Анализ внутренней структуры компании.

Г. Определение уровня удовлетворенности сотрудников.

Д. Анализ уровня лояльности потребителей.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 458.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь руководителем отдела маркетинга в компании, специализирующейся на производстве и продаже спортивных товаров. Ваша задача – провести маркетинговое исследование для лучшего понимания потребностей и предпочтений ваших клиентов, чтобы разработать эффективную CRM-стратегию.

Задание:

1.Опишите какие 5 этапов может включать проведение маркетингового исследования потребителей.

2.Изложите методы сбора данных, которые вы будете использовать на каждом этапе исследования.

3.Кратко осветите как результаты исследования могут быть применены для разработки CRM-стратегии.

Ответ:

Задание 459.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «ТехноЛаб» разрабатывает стратегию вывода на рынок нового продукта – умной лампы с функцией управления через смартфон. Для успешного запуска необходимо провести маркетинговое исследование, включающее анализ конкурентов, потребительского спроса и каналов продвижения.

Определите этап маркетингового исследования, который является первоочередным для компании «ТехноЛаб»:

А. Проведение опросов потребителей.

Б. Анализ структуры затрат на производство.

В. Определение целей и задач исследования.

Г. Изучение отзывов на маркетплейсах.

Д. Сбор данных о ценах конкурентов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 460.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы работаете в аналитическом отделе компании, занимающейся производством и продажей бытовой электроники. Ваша

команда получила задание провести исследование товарного рынка нового продукта – смарт-колонки, которая будет иметь уникальные функции, отличающие её от уже существующих на рынке.

Задание:

1. Назовите методы исследования, которые целесообразно использовать для определения потребительских предпочтений и нужд в отношении смарт-колонок на исследуемом товарном рынке.

2. Назовите основные факторы, которые могут повлиять на успешность запуска продукта на рынок.

Ответ:

Задание 461.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «СтройМастер», которая занимается производством сухих строительных смесей. За последние 6 месяцев наблюдается снижение продаж на 15%, несмотря на рост рынка. Руководство компании инициировало комплексное маркетинговое исследование, чтобы выявить причины и разработать стратегию восстановления позиций.

Задание:

1.Назовите ключевые причины снижения продаж компании.

2.Укажите стратегию и мероприятия, которые будут способствовать восстановлению позиций компании.

Ответ:

Задание 462.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите производственную практику в компании занимающейся производством мебели, у которой назрела необходимость пересмотра ценовой политики в связи с участившимися жалобами клиентов на высокие цены, в результате чего имеется снижение спроса на продукцию.

Задание:

1. Укажите, какие необходимо предпринять меры по стабилизации цен на мебельную продукцию, чтобы избежать жалоб покупателей на высокие цены.

2. Определите основные этапы проведения анализа ценовой политики мебельной компании

3. Опишите рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности и стабилизации прибыли в компании.

Ответ:

Задание 463.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «SportLife» (сеть фитнес-клубов) провела рекламную кампанию в социальных сетях, но конверсия в продажи абонементов осталась на уровне 2%, что ниже целевого показателя (5%). Бюджет кампании – 300 000 руб., охват – 150 000 человек.

Задание:

1. Назвать 2 возможные причины низкой конверсии.

2. Предложить 1 действие для решения каждой из выявленных проблем.

Ответ:

Задание 464.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания планирует запустить новую рекламную кампанию для продвижения своих инновационных логистических решений среди малого и среднего бизнеса. Ваша задача — разработать эффективную стратегию рекламного менеджмента для достижения целей кампании.

Данные:

Цель кампании - повысить узнаваемость бренда и привлечь новых клиентов из сегмента малого и среднего бизнеса (МСБ).

Предполагаемые каналы продвижения - онлайн-реклама, сотрудничество с блогерами, участие в отраслевых выставках.

Задание:

1. Опишите основные функции рекламного менеджмента, которые будут использованы для достижения целей кампании.

2. Разработайте медиаплан для онлайн-рекламы, включая выбор форматов и каналов, определение бюджета и прогнозирование результатов.

3. Сформулируйте рекомендации по контролю эффективности рекламной кампании и корректировке стратегии при необходимости.

Ответ:

Задание 465.

Прочитайте текст и установите последовательность.

В рамках управления эффективностью маркетинговой деятельности необходимо последовательно реализовывать этапы контроллинга, обеспечивающие достижение поставленных целей и задач. Расположите перечисленные этапы в правильной последовательности, отражающей логику процесса контроллинга маркетинговых систем:

1. Анализ отклонений фактических показателей от плановых, выявление причин и факторов, повлиявших на возникновение расхождений.

2. Разработка корректирующих мероприятий и планов действий, направленных на устранение выявленных отклонений и улучшение маркетинговой деятельности.

3. Определение целей и задач маркетинговой стратегии, разработка ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки результатов.

4. Сбор и анализ фактических данных о результатах маркетинговой деятельности, сравнение с плановыми показателями.

5. Оценка эффективности реализованных корректирующих мероприятий, мониторинг достижения целевых показателей и адаптация маркетинговой стратегии при необходимости.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Ответ:

Задание 466.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите какой из следующих инструментов маркетинга наиболее эффективно используется для создания и поддержания позитивного имиджа компании в условиях современных медийных систем и площадок.

А. Участие в выставках и ярмарках.

Б. Разработка и распространение пресс-релизов.

В. Использование баннерной рекламы на веб-сайтах.

Г. Запуск программы лояльности для клиентов.

Д. Создание и ведение корпоративного блога.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 467.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы специалист в области связей с общественностью фирмы «IT – сервис». С целью расширения доли рынка фирма выводит на рынок нового Интернет – провайдера.

Задание:

1. В рамках осуществления PR – кампании для нового Интернет-провайдера, определите два основных мероприятия, которые следует осуществить для запуска пресс-кампании.

2. Предложите не менее двух мероприятий в рамках PR-кампании, которые следует проводить в социальных сетях.

Ответ:

Задание 468.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Предприятию предстоит запустить новый продукт – умный фитнес-браслет, который будет отслеживать здоровье и физические активности пользователей, а также предлагать персонализированные рекомендации. Для успешного выхода на рынок необходимо выбрать подходящую стратегию маркетинга.

Укажите и обоснуйте наиболее подходящую стратегию маркетинга:

А. Имитация.

Б. Сегментация.

В. Премиум-ценообразование.

Г. Виртуальные акции.

Д. План стратегических партнерств.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 469.

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

Из перечисленных выберите два фактора, наиболее существенно влияющие на эффективность таргетированной рекламы в современных медийных системах, учитывая тенденции фрагментации аудитории и усиление внимания к конфиденциальности данных:

А. Увеличение бюджета на рекламную кампанию, гарантирующее максимальный охват.

Б. Использование контекстной рекламы, основанной на релевантности контента запросам пользователя.

В. Применение продвинутых алгоритмов машинного обучения для персонализации рекламных сообщений и оптимизации ставок в реальном времени.

Г. Строгое соблюдение нормативных требований и прозрачность в отношении сбора и использования данных пользователей.

Д. Активное использование нативной рекламы, интегрированной в пользовательский контент.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 470.

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

Какие из следующих подходов к распределению ресурсов и управлению работой являются наиболее эффективными для реализации рекламной кампании?

А. Стратегия 70/20/10 (распределение бюджета на приоритетные кампании, расширение и эксперименты).

Б. Медиапланирование (планирование рекламной кампании с определением каналов и бюджета).

В. Управление по результатам (основано на анализе предыдущих решений).

Г. Управление по целям (основано на моделировании будущей ситуации).

Д. Управление поддерживающее (создание стимулов для творческого персонала).

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 471.

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

Выберите из перечисленных ниже стратегий две, которые являются наиболее эффективными для повышения рентабельности инвестиций в маркетинговые активности компании, ориентированной на премиальный сегмент рынка.

А. Сокращение маркетингового бюджета и концентрация на органическом трафике.

Б. Увеличение инвестиций в таргетированную рекламу в социальных сетях и контекстную рекламу с фокусом на ключевые слова, отражающие ценности и интересы целевой аудитории.

В. Массовая рассылка рекламных материалов по электронной почте всем потенциальным клиентам.

Г. Организация эксклюзивных мероприятий и партнерство с другими премиальными брендами для создания уникального клиентского опыта.

Д. Игнорирование результатов маркетинговых кампаний и продолжение текущей стратегии без изменений.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 472.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания занимается производством и продажей экологически чистых продуктов для дома. В прошлом квартале компания запустила новую маркетинговую кампанию, направленную на увеличение продаж в регионах с высоким спросом на экологически чистые продукты. Кампания включала в себя социальные сети, электронную почту и партнерство с местными магазинами.

Плановые показатели:

Объем продаж: 100 000 единиц.
Средняя цена за единицу: 20 долларов США.
Маркетинговые расходы: 50 000 долларов США.
Фактические показатели:
Объем продаж: 120 000 единиц.
Средняя цена за единицу: 22 доллара США.
Маркетинговые расходы: 60 000 долларов США.
Общий объем рынка составляет 1 200 000 единиц.
Цель компании - увеличить долю рынка до 10%.
Задание:
1. Рассчитайте отклонение от плановых показателей по объему продаж, средней цене за единицу и маркетинговым расходам.
2. Оцените эффективность маркетинговой кампании с точки зрения достижения целей по увеличению доли рынка.
3. Предложите три рекомендации для корректировки маркетинговой стратегии на основе полученных результатов.

Ответ:

Задание 473.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Экологичный мир» - стартап, занимающийся производством экологически чистых товаров. В связи с расширением бизнеса, компания решила запустить PR-кампанию для повышения осведомленности о своей продукции и установления позитивного имиджа.
Задание:
1. Перечислите не менее трех ключевых показателей эффективности PR-кампании.
2. Распределите работу по проведению PR-кампании среди четырех сотрудников PR-отдела.
3. Опишите целесообразность использования инфлюенс-маркетинга для проведения выше указанной PR-кампании.

Ответ:

Задание 474.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Эффективный маркетинг требует не только четкого понимания потребностей клиентов и конкурентной среды, но и умения планировать, контролировать и адаптировать стратегии на основании получаемых данных.
Ниже приведены ключевые элементы процесса управления маркетингом и аппарата контроля. Установите соответствие между элементами и их описанием.

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

Элементы		Описание	
А	Составление планов и прогнозов	1	Процесс определения требований к ресурсам, необходимых для успешной реализации стратегии, включая бюджет, людей и время.
Б	Система показателей эффективности	2	Установление измеримых значений и критериев, которые будут использоваться для оценки выполнения целей стратегии.
В	Контрольные мероприятия	3	Проведение регулярных проверок и анализов для оценки промежуточных результатов и корректности выполнения действий в соответствии с планом.
Г	Выявление причин расхождения показателей	4	Процесс выявления несоответствий между запланированными и фактическими показателями, а также анализ причин этих различий.
Д	Распределение работы и ресурсов	5	Формирование предсказаний и планов действий для достижения поставленных целей, включая временные рамки и стратегии.
		6	Адаптация и изменение текущей стратегии на основе полученных результатов анализа и выявленных несоответствий

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 475.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «Инновационные Технологии», которая разрабатывает и внедряет решения в области искусственного интеллекта (ИИ) для промышленных предприятий. В последние три года компания демонстрировала стабильный рост, однако в текущем году наблюдается замедление темпов роста выручки и снижение прибыльности. Руководство компании связывает это с недостаточной эффективностью реализации стратегических инициатив, неоптимальным распределением ресурсов и неточностями в прогнозировании рыночных изменений.

Задание:

1. Приведите и кратко опишите три ключевых показателя эффективности (KPIs), которые следует внедрить для оценки результативности реализации стратегических инициатив, учитывая специфику деятельности компании в сфере ИИ.

2. Назовите три метода распределения работы и ресурсов (финансовых, кадровых, технологических), которые необходимо использовать для повышения эффективности реализации стратегии.

3. Предложите и кратко опишите три метода прогнозирования, которые следует использовать для повышения точности планирования деятельности компании и адаптации к изменениям на рынке ИИ.

Ответ:

Задание 476.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «FreshBite» (стартап по доставке здорового питания) выходит на рынок Москвы. Целевая аудитория (ЦА) — офисные сотрудники 25–40 лет, ценящие время и ЗОЖ. Бюджет продвижения — 1,5 млн руб. на 2 месяца.

Задание:

1. Сформулировать 2 цели продвижения по SMART и выделить 2 ключевых сегмента внутри ЦА и описать их особенности.

2. Выбрать 3 канала продвижения и обосновать их.

3. Указать 3 KPI для измерения успешности кампании.

Ответ:

Задание 477.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Маркетинговая система, как сложный механизм, объединяет в себе множество элементов, каждый из которых играет ключевую роль в успехе продвижения продукта или услуги.

Установите соответствие между элементами маркетинговой системы и их характеристиками.

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

Элемент маркетинговой системы		Характеристика	
А	Целевой рынок	1	Процесс измерения и оценки эффективности маркетинговой деятельности
Б	Маркетинговый бюджет	2	Группа потребителей, на которую направлены маркетинговые усилия компании
В	Маркетинговые коммуникации	3	Финансовый план, определяющий затраты на маркетинговые мероприятия
Г	Система сбыта	4	Каналы и методы донесения информации о продукте до потребителя
Д	Контроль маркетинга	5	Механизмы доставки продукта от производителя к конечному потребителю
		6	Анализ внешней среды маркетинга

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 478.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы являетесь консультантом по контроллингу, которого пригласил EdTech стартап «LearnNow», разрабатывающий интерактивную онлайн-платформу для обучения иностранным языкам. Сейчас компания находится на стадии активного роста, привлекла первый раунд инвестиций и планирует масштабирование. Однако, руководство осознает необходимость внедрения системы контроллинга для управления маркетинговыми инвестициями и оценки эффективности маркетинговых кампаний.

Задание:

1. Предложите 2 ключевых показателя эффективности (KPI) для системы контроллинга маркетинга «LearnNow», которые, по вашему мнению, наиболее важны на данном этапе развития компании. Обоснуйте выбор каждого KPI, указав, какую информацию он предоставит и как он поможет в принятии управленческих решений.

Ответ:

Задание 479.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы руководите PR-агентством, и к вам обратился новый клиент – компания, занимающаяся производством экологически чистых продуктов питания. Они запускают масштабную PR-кампанию, направленную на повышение узнаваемости бренда и формирование позитивного имиджа как социально ответственного производителя.

Задание:

1. Предложите три ключевых показателя эффективности (KPI), которые позволяют оценить успех этой PR-кампании.
2. Укажите, как вы будете отслеживать каждый предложенный Вами показатель.

Ответ:

Задание 480.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что вы – PR-менеджер компании «Вкус природы», которая занимается производством и продажей органических продуктов питания. Компания планирует запустить PR-кампанию по повышению узнаваемости бренда и формированию имиджа социально ответственной компании, заботящейся об окружающей среде и здоровье потребителей.

Задание:

1. Определите 2 наиболее эффективных канала продвижения для PR-кампании «Вкус природы», учитывая ее цели и целевую аудиторию (люди, заботящиеся о своем здоровье, экологии и качестве продуктов питания).

Обоснуйте свой выбор для каждого канала, указав конкретные причины, почему вы считаете его эффективным для данной кампании.

Ответ:

Задание 481.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Предприятие разрабатывает стратегию продвижения нового продукта на рынке. Учитывая характеристики продукта (новая вариация игровой приставки) и целевую аудиторию (молодёжь 16-25 лет), необходимо выбрать один из следующих каналов продвижения, который будет наиболее эффективен для достижения целей, связанных с увеличением осведомленности и стимулированием продаж.

Выберите один из предложенных каналов.

А. Телевизионная реклама.

Б. Социальные сети.

В. Прямые рассылки (e-mail-маркетинг).

Г. Поиск и контекстная реклама.

Д. Реклама в печатных изданиях.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 482.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «ТехноПром», которая занимается производством и сбытом высокотехнологичного оборудования. Компания планирует расширение ассортимента продукции и выход на новые рынки. Руководство поручило вам разработать стратегию продвижения, учитывая необходимость оптимизации затрат и максимизации прибыли. Для этого вам необходимо выбрать каналы продвижения и разработать показатели эффективности для оценки успешности выбранной стратегии.

Задание:

1. Назовите и кратко опишите два канала продвижения, которые вы будете использовать для выхода на новые рынки, учитывая специфику продукции компании.

2. Приведите и кратко опишите три показателя эффективности для оценки успешности выбранной стратегии продвижения.

3. Предложите действия, которые вы предпримете, если показатели эффективности покажут, что выбранная стратегия продвижения не достигает поставленных целей.

Ответ:

Задание 483.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Компании при разработке новой рекламной кампании необходимо учесть: психологические аспекты восприятия рекламы, требования законодательства, экономические показатели эффективности, современные инструменты аналитики.

Установите соответствие между элементами маркетинговых коммуникаций и необходимыми для их реализации знаниями/инструментами.

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

Элемент		Объяснение	
А	Креативная концепция	1	Кластеризация по Recency, Frequency, Monetary
Б	Бюджет медиаплана	2	Запрет скрытой рекламы (ст.5), ограничения для детских товаров (ст.7)
В	Анализ реакции в соцсетях	3	Выявление тональности комментариев, частотности упоминаний
Г	Проверка на законность	4	Построение динамических моделей распределения бюджета по каналам
Д	Сегментация аудитории	5	Понимание цветовосприятия, принципов внимания (например, правило AIDA)
		6	Формула: (Прибыль − Затраты) / Затраты × 100%

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 484.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компании «EcoBeauty» запускает новую линейку органической косметики. Необходимо разработать рекламную кампанию, учитывая: психологические особенности целевой аудитории, требования законодательства о рекламе, экономическую эффективность кампании, современные инструменты анализа данных.

Укажите и обоснуйте метод, который наиболее эффективен для прогнозирования реакции целевой аудитории на рекламные креативы перед запуском масштабной кампании:

А. A/B-тестирование в социальных сетях.

Б. Анализ данных Google Analytics.

В. Проведение фокус-групп.

Г. Изучение отраслевых отчетов.

Д. Консультация с юристом.

Е. Расчет точки безубыточности.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 485.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Проведение глубокого исследования потребительских предпочтений с применением методов анкетирования и фокус-групп позволит получить ценную информацию о потребностях и ожиданиях клиентов, что поможет лучше адаптировать предложения.

Предприятие-производитель промышленного оборудования стремится повысить свою конкурентоспособность. Выберите наиболее подходящий метод для достижения этой цели и обоснуйте свой выбор:

А. Использование рекламы в специализированных изданиях.

Б. Снижение цен на продукцию в ответ на действия конкурентов.

В. Увеличение объема производства без анализа рынка.

Г. Анализ и оптимизация ценовой политики на основе анализа конкурентного окружения и издержек.

Д. Проведение глубокого исследования потребительских предпочтений с применением методов анкетирования и фокус-групп.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 486.

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

Компания ООО «КОМТЕХ» производитель промышленных станков. Планирует запустить новое оборудование на рынок и определить наиболее эффективную стратегию его продвижения.

Рассмотрите предложенные варианты и выберите два правильных, которые помогут компании в этом.

А. Провести анализ конкурентов, чтобы определить их сильные и слабые стороны.

Б. Установить высокую цену на новое оборудование, чтобы создать имидж премиального продукта.

В. Игнорировать отзывы и пожелания клиентов, так как компания лучше знает, что нужно потребителям.

Г. Использовать контент-маркетинг для информирования потребителей о преимуществах нового оборудования, включая примеры успешного применения.

Д. Применить агрессивные распродажи и скидки для увеличения краткосрочных объемов продаж.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 487.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Методы маркетингового ценообразования представляют набор стратегий, позволяющих точно определить стоимость товаров или услуг, так как цена является одним из наиболее критически важных элементов маркетингового комплекса.

Соотнесите утверждения, связанные с применением различных затратных методов маркетингового ценообразования, учитывая множество факторов, с соответствующими понятиями.

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

Затратные методы формирования цен		Операции затратных методов формирования цены	
А.	Метод прямых затрат (минимальных издержек)	1.	Метод позволяет установить цену, которая поможет получить конкретную прибыль, при этом спрос и конкуренция на рынке не учитываются. Основная задача — покрыть все расходы на производство
Б.	Метод полных издержек	2.	Фирма оценивает спрос на товар при разных ценах и, исходя из прогнозируемого объема продаж, делает наценку. При этом постоянные расходы покрываются из наценки
В.	Метод учета рентабельности инвестиций	3.	Используется при планировании увеличения продаж за счет имеющихся производственных мощностей и при этом цена учитывает только затраты на выпуск каждой дополнительной единицы продукции
Г.	Метод предельных (переменных) издержек	4.	Применяется если для производства продукции привлекают инвестиции, и нужно определить цену, которая окупит вложения
Д.	Метод на основе анализа и расчета точки безубыточности (целевой прибыли)	5.	предприятие рассчитывает показатели себестоимости и объема продаж, которые обеспечат отсутствие убытков
		6	Ценообразование основано на анализе баланса спроса и предложения с учетом проведения маркетинговых исследований и опросов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Ответ:

Задание 488.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Производитель продукции, исходя из 75% загрузки производственной мощности, включил в свою программу выпуск продукции А в количестве 50000 шт. в год. Полные затраты этого выпуска составили 210000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%. В следующем отчетном году предприятие планирует увеличить выпуск продукции до 55000 шт. в год и полные затраты выпуска составят 250000 руб., Задание:

С помощью метода полных затрат определите:

1.Сумму прибыли, которую желает получить предприятие и цену реализации одной единицы продукции, при выпуске продукции А в количестве 50000 шт. и полных затратах 210000 руб.

2. Определите, сможет ли предприятие сохранить рентабельность 20% в случае увеличения выпуска продукции до 55000 шт. и увеличении затрат до 250000 руб.

3. Сделайте вывод и предложите выход из сложившегося положения.

Ответ:

Задание 489.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании, которая планирует запуск линейки органической косметики. Требуется провести комплексное исследование рынка с использованием технических, маркетинговых и информационно-аналитических методов.

Выберите из предложенного списка 2 оптимальных метода, позволяющие получить количественные показатели анализа рынка:

А. A/B-тестирование упаковки.

Б. Сбор данных через Google Analytics.

В. Фокус-группы с целевой аудиторией.

Г. Нейросетевой анализ отзывов конкурентов.

Д. Расчет точки безубыточности.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 490.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в компании, которая планирует запустить рекламную кампанию нового продукта – умной колонки с голосовым помощником. Руководство компании поручило вам, как специалисту по рекламе, проанализировать соответствие рекламной кампании требованиям российского законодательства и нормативно-

правовых актов, регулирующих маркетинговую деятельность. В частности, необходимо учесть следующие аспекты:

– требования к рекламе технически сложных товаров;

– правила защиты прав потребителей;

– ограничения на использование персональных данных;

– нормы, касающиеся рекламы на радио, телевидении и в интернете;

– особенности регулирования рекламы в социальных сетях;

– ответственность за нарушение требований законодательства.

В ходе рекламной кампании предполагается сбор контактных данных потенциальных клиентов для последующего информирования о новинках и акциях.

Задание:

1. Перечислите ключевые положения законодательства и нормативных актов, которые компания должна учитывать при разработке и проведении рекламной кампании.

2. Укажите возможные последствия нарушения этих норм.

3. Опишите основные моменты при сборе и обработке персональных данных и обозначьте возможные последствия при несоблюдении этих моментов.

Ответ:

Задание 491.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «HomeTech» выводит на рынок умные домашние устройства. Перед запуском продукта необходимо провести анализ конкурентов и ценовой политики, определить оптимальные каналы продвижения, рассчитать экономическую эффективность рекламной кампании

Укажите и обоснуйте метод исследования для решения конкретной маркетинговой задачи:

А. Проведение онлайн-опроса в социальных сетях.

Б. Конъюнктурный анализ рынка.

В. A/B-тестирование лендингов с разными ценами.

Г. Фокус-группа с потенциальными покупателями.

Д. Анализ данных Yandex Analytics.

Е. Расчет точки безубыточности.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 492.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ТЕХНОМИР» является одним из ведущих производителей промышленного оборудования для автоматизации производственных

процессов. В свете нового инвестиционного проекта по запуску линейки инновационного оборудования, компания нуждается в проведении комплексного маркетингового исследования. Задача маркетолога заключается в сборе и анализе информации, а также в разработке стратегий для успешного выхода на рынок.

Задание:

1. Предложите каналы продвижения для «ТЕХНОМИР».
2. Определите состав цены для нового продукта.

Ответ:

Задание 493.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Ценовая стратегия оказывает решающее влияние на уровень спроса и продаж и, следовательно, на объем получаемой прибыли и эффективность всей производственно-сбытовой системы.

Логистическое предприятия занимается перевозками и для улучшения логистической деятельности планирует внедрение эффективной ценовой стратегии, ориентированной на цели компании, направленные на конкурентоспособность.

Задание:

1. Предложите ценовую стратегию, наиболее эффективную в данном случае.
2. Обоснуйте свой выбор.

Ответ:

Задание 494.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Существует конкурентный рынок, затраты на котором тесно связаны со степенью освоения производства, Организации А, Б, В, Г выпускают одинаковую продукцию по 200 единиц за период каждая, но у организации А больше опыта, а средние затраты на единицу минимальные и равны 2 000руб., она получает больше дохода, чем другие организации. Цена в настоящий момент составляет 4 000 руб. за единицу продукции. Потребители чувствительны к уровню цены и быстро реагируют на ее изменение.

Задание:

1. Определите ценовую стратегию следует предпочесть организации А.
2. Оцените, как предложенная ценовая стратегия отразится на деятельности других организаций
3. Обоснуйте действия других организаций относительно предложенной маркетинговой стратегии.

Ответ:

Задание 495.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании, которая планирует запустить новый смартфон на рынок. Цель – максимизировать прибыль и занять значительную долю рынка.

Из нижеприведенных методов необходимо выбрать не менее трех наиболее подходящих методов ценообразования для достижения этих целей:

А. Ценообразование на основе затрат.

Б. Конкурентное ценообразование.

В. Ценообразование на основе спроса.

Г. Динамическое ценообразование.

Д. Психологическое ценообразование.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 496.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в компании, занимающаяся продажей бытовой техники и электроники, планирует выпустить на рынок новый продукт – умную колонку с голосовым помощником. Для успешного выхода на рынок важно правильно определить цену на этот товар. Используя различные методы ценообразования, предложите оптимальный ценовой диапазон для нового продукта компании.

Методы ценообразования:

1. Затратный метод. В основе затратного метода лежит принцип покрытия всех издержек производства товара плюс желаемая прибыль. Компания рассчитала следующие затраты на производство одной умной колонки:

Прямые материальные затраты: 1500 рублей

Трудозатраты: 500 рублей

Накладные расходы: 200 рублей

Желаемая маржа: 30% от себестоимости

2. Метод ориентации на спрос. Анализ рынка показал, что цена аналогичных товаров конкурентов варьируется от 4000 до 6000 рублей. Ожидается, что спрос будет эластичным, то есть чувствительным к изменению цены.

3. Конкурентный метод. Основные конкуренты предлагают аналогичные товары по цене около 4500–5500 рублей. Компания хочет занять нишу среднего ценового сегмента.

4. Целевой метод (метод целевой прибыли). Руководство компании поставило цель получить прибыль в размере 1 000 000 рублей в первый год продаж. Прогнозируемый объем продаж составляет 3 000 единиц товара.

5. Психологический метод. Необходимо учитывать психологические аспекты восприятия цены потребителями. Цена, оканчивающаяся на 99, воспринимается покупателями как более привлекательная.

Задание:

1. Рассчитать цену умной колонки с использованием каждого из методов.

2. Обосновать выбор оптимального ценового диапазона.

3. Предложить итоговую цену для выхода на рынок.

Ответ:

Задание 497.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях повышенной конкуренции на современном рынке особое внимание необходимо уделять маркетинговым коммуникациям. Необходимо разработать стратегию для нового продукта, ориентируясь на результаты маркетинговых исследований.

Задание:

1. Опишите основные этапы проведения маркетингового исследования для нового продукта, указав их важность.

2. Укажите методы, которые можно использовать для исследования конкурентов и их каналов продвижения.

Ответ:

Задание 498.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, занимающаяся производством промышленных насосов, разработала новую модель насоса, которая отличается высокой энергоэффективностью и современными функциями управления. Перед выпуском нового продукта на рынок необходимо провести комплексное маркетинговое исследование, чтобы понять потребности целевой аудитории, оценить конкурентную среду и подготовить стратегию продвижения.

Задание:

1. Опишите не менее двух групп источников информации, на основе которых компания может провести данное исследование.

2. Опишите целевую аудиторию для новой модели насоса (не менее четырех целевых групп потребителей).

Задание 499.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Укажите и обоснуйте наиболее эффективные методы маркетингового ценообразования для определения затрат на выполнение поставок и хранение товарно-материальных ценностей.

А. Метод пробных продаж.

Б. Метод прямых затрат.

В. Метод психологического ценообразования.

Г. Метод параметрический.

Д. Аукцион.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 500.

Внимательно прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Промышленное предприятие на производство 5 станков потратило 550000 руб. Заработная плата рабочих составила 230000 руб. Управленческие и общехозяйственные расходы составили 120000 руб. Процент рентабельности к полным затратам принят на уровне 20%.

В следующем отчетном периоде предприятие планирует установить процент рентабельности к полным затратам в размере 25% при сохранении суммы полных затрат при выпуске 5 станков.

Задание:

1. Предложите механизм формирования розничной цены на токарный станок, выполнив расчет показателей:

-общих затрат на производство 5 станков;

- себестоимости одного станка;

-желаемой суммы прибыли на один станок.

2. Укажите, насколько необходимо увеличить цену одного станка, чтобы в планируемом периоде получить процент рентабельности к полным затратам 25%.

3. Сделайте выводы о том, какие маркетинговые решения необходимо предпринять предприятию в сложившейся ситуации для поддержания спроса и обоснования повышения цены.

Ответ:

Задание 501.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании, которая занимается продажей электроники.

Вам поручили оценить эффективность продаж смартфона X за последние три месяца, чтобы подготовить аналитическую записку для руководства. Вам необходимо проанализировать следующие данные:

- Март: Продано: 500 единиц; Общая выручка: 2 105 000 руб.

- Апрель: Продано: 650 единиц; Общая выручка: 2 736 500 руб.
- Май: Продано: 800 единиц; Общая выручка: 3 368 000 руб.

При этом рекламная активность в социальных сетях низкая; отзывы покупателей не обрабатываются.

Задание:

1. Произведите расчет: средней цены продажи смартфона X за каждый месяц; общий объем продаж за 3 месяца; оцените процентное изменение объема продаж от марта к апрелю и от апреля к маю.
2. На основе анализа, сделайте выводы о тенденциях продаж и предложите рекомендации для увеличения продаж в будущем

Ответ:

Задание 502.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в производственной компании, где руководитель компании рассматривает два варианта расширения ассортимента: запуск нового продукта А или модернизацию существующего продукта Б. Исходные данные:

Количественные:

Продукт А: ожидаемая себестоимость – 150 руб./ед., прогнозируемая цена – 300 руб./ед., объем продаж – 10 000 ед./год.

Продукт Б: затраты на модернизацию – 2 млн руб., ожидаемый рост продаж – 15%, текущая прибыль – 5 млн руб./год.

Качественные:

Рыночный спрос на продукт А подвержен сезонным колебаниям.

Модернизация продукта Б улучшит лояльность текущих клиентов, но требует переобучения сотрудников.

Задание:

1. Обоснуйте выбор стратегии расширения ассортимента.
2. Дайте рекомендации по минимизации рисков.
2. Укажите альтернативные подходы.

Ответ:

Задание 503.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность действий потребителей по принятию решения о покупке товара и расположите в правильной последовательности основные действия:

1. Поиск информации.
2. Осознание потребности.
3. Решение о покупке.
4. Оценка вариантов решений.
5. Поведение после покупки.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 504.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Каждый потребитель уникален и имеет существенные отличия и чем больше людей сочтут товар приемлемым для себя, тем настоятельнее потребности и сильнее стремления их удовлетворить для обретения стабильного положения в той среде, где человек находится. Потребности содержат побуждающие силы для перехода к желанию.

Соотнесите факторы, влияющие на поведение потребителей и соответствующие им действия.

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

Виды факторов		Осуществляемые действия	
А	Желания	1	Выраженные в денежной форме желания, обеспеченные платежеспособностью
Б	Спрос	2	Длительное предрасположение к достижению определенной цели, которые при совершении покупки могут быть различны. Их можно представить как направляющие к потребительской цели и исследовать их надо потому, что они достаточно стабильны
В	Мотив	3	Потребности, принявшие конкретную форму в соответствии с возможностями, культурными ценностями и символами, воспитанными идеологией материальной, физической и духовной потребности
Г	Стимул	4	Характеризуют психические переживания, душевное волнение (гнев, страх, радость и др.), возникающие у человека в результате воздействия внешних и внутренних раздражителей и выполняют сигнальную и регуляторную функции
Д	Эмоции	5	Побудительная причина поведения потребителя в выборе формы удовлетворения потребности и товарной марки. Они должны учитывать реакцию человека на предложенные раздражители, так как человек каждое действие осуществляет различными способами с учетом некоего выбора, и этот выбор предполагает определенный набор ценностей
		6	Отражает стремление потребителя быть вовлеченным в деятельность, повышающую самооценку и оценку в глазах окружающих

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 505.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Покупатели используют различные методы для оценки информации в момент принятия решения о покупке.

Укажите и обоснуйте метод, который предполагает использование специально подготовленных агентов для совершения покупок:

А. Анализ соответствия.

Б. Тайный покупатель.

В. Индекс потребительской лояльности.

Г. Качественные исследования.

Д. Анализ вторичных данных.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 506.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Компания «Инновационные Решения» планирует запуск нового продукта – умного фитнес-трекера «HealthTrack». Для успешного вывода продукта на рынок необходимо разработать эффективную коммуникационную стратегию. Из перечисленных вариантов продвижения выберите наиболее результативный на начальном этапе, учитывая ограниченный бюджет и целевую аудиторию – молодые, технологически продвинутые люди, заботящиеся о своем здоровье:

А. Печатные издания обеспечивают широкий охват аудитории.

Б. Специализированные выставки в известных выставочных центрах.

В. Социальные сети и онлайн-платформы позволяют таргетировать рекламу на конкретную аудиторию и отслеживать результаты в реальном времени, что критически важно при ограниченном бюджете.

Г. Реклама на телевидении является наиболее эффективным способом продвижения.

Д. Прямая почтовая рассылка гарантирует внимание к продукту.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 507.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях динамично меняющейся макроэкономической среды и высококонкурентного рынка, маркетинговые коммуникации становятся важным инструментом для компаний, стремящихся к успеху. Знание методов сбора, обработки и анализа информации помогает оценить текущие тренды и риски, а также понять потребности и поведение целевой аудитории. В этой связи, задания, предлагаемые ниже, направлены на развитие ваших

аналитических навыков и помогут вам углубить понимание концепций, связанных с маркетинговыми коммуникациями.

Задание:

1. Проанализируйте, как изменения в макроэкономической среде (например, уровень инфляции, безработицы, экономического роста) могут влиять на поведение потребителей в вашем регионе.

2. Исследуйте потенциальные рыночные риски для создания нового продукта (например, кофейни) в вашем городе.

3. Проанализируйте, какие факторы влияют на поведение потребителей при выборе продуктов в категории быстрых перекусов.

Ответ:

Задание 508.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, «WISE-FILTER» осуществляющая свою деятельность на территории Российской Федерации, занимается производством и сбытом очистительных систем и планирует внедрить в ассортимент товар-новинку. Для реализации этого процесса требуется проанализировать какие каналы маркетинговых коммуникаций необходимо использовать для взаимодействия с целевой аудиторией.

Задание:

1. Определите каналы маркетинговых коммуникаций наиболее эффективные для продвижения товара новинки.

2. Выберите и проанализируйте информационно-аналитический метод, используемый компанией.

3. Предложите рекомендации по улучшению маркетинговых коммуникаций компании.

Ответ:

Задание 509.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «ТехноПром», которая занимается производством и сбытом высокотехнологичного оборудования. Компания планирует расширение ассортимента продукции и выход на новые рынки. Руководство поручило вам провести исследование рынка и разработать стратегию продвижения, учитывая необходимость оптимизации затрат и максимизации прибыли. Для этого вам необходимо использовать различные методы исследования и анализа информации.

Задание:

1. Назовите и кратко охарактеризуйте три метода исследования и анализа информации, которые вы будете использовать для изучения рынка и разработки стратегии продвижения.

2. Предложите действия, которые вы предпримете, если полученные данные покажут, что выбранная стратегия продвижения не достигает поставленных целей.

Ответ:

Задание 510.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «ТехноСервис», которое планирует запустить новое устройство для умного дома. Анализ рынка показал высокую конкуренцию, но при этом 30% потребителей недовольны существующими решениями из-за сложности настройки. Техническая команда разработала прототип с улучшенным интерфейсом, но требуется подтверждение его соответствия ожиданиям аудитории.

Задание:

1. Назовите технические методы исследования для оценки удобства интерфейса устройства.

2. Предложите маркетинговые инструменты для выявления ключевых факторов, влияющих на принятие решения о покупке.

3. Приведите информационно-аналитические методы, позволяющие оценить долгосрочную перспективу продукта на рынке.

Ответ:

Задание 511.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для оценки качества обслуживания используются различные методы, каждый из которых имеет свои преимущества.

Соотнесите методы оценки качества обслуживания и соответствующие им определения.

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

Методы оценки		Определения методов	
А	Количественные исследования	1	Используют неструктурированные, не директивные способы постановки вопросов для выявления мотивов, убеждений, установок и предпочтений респондентов и включают фокус-группы для понимания реакции аудитории на бренд и анализ контента для отслеживания упоминаний бренда и настроений
Б	Анализ соответствия	2	Метод используется для оценки отдельных аспектов клиентского опыта и их изменения с течением времени

В	Качественные исследования	3	Включают использование четких математических и статистических моделей для получения точных числовых значений изучаемых показателей. Они полезны для оценки объемов производства, рентабельности и формирования цен
Г	Индекс потребительской лояльности	4	Метод предназначенный для оценки и сравнения атрибутов продуктов с целью выявления тех из них, которые оказывают влияние на потребителей
Д	Тайный покупатель	5	Метод для оценки удовлетворенности и энтузиазма клиентов по отношению к компании. Клиентам задается вопрос, насколько вероятно, что они порекомендуют продукт/компанию другу или коллеге по шкале от 0 до 10.
		6	Метод предполагает использование специально подготовленных агентов для совершения покупок и оценки уровня обслуживания2. Он может быть использован для оценки как собственной компании, так и конкурентов

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 512.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

При возникновении воздействия макроэкономической среды покупатели могут вести себя по-разному, в зависимости от финансово-экономических факторов, изменений в потребительских привычках и стремления к экономии.

Представим ситуацию, в которой в стране наблюдается экономический спад, сопровождающийся ростом инфляции и снижением реальных доходов населения.

Задание:

1. Опишите, как в такой ситуации будет работать модель поиска положительных эмоций у потребителей.

2.Сделайте обоснование выбора маркетологами данной модели поведения покупателей.

Ответ:

Задание 513.

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

Вы являетесь бренд-менеджером компании, производящей органические продукты питания. В последнее время наблюдается снижение лояльности к бренду среди молодежной аудитории (18-25 лет). Проанализировав ситуацию, вы выявили несколько факторов, которые могут влиять на это.

Какие из перечисленных ниже маркетинговых коммуникаций, на ваш взгляд, наиболее эффективно помогут восстановить и укрепить лояльность молодежной аудитории к бренду? Выберите не более трех вариантов:

А. Масштабная телевизионная рекламная кампания с участием звезд шоу-бизнеса.

Б. Активное продвижение в социальных сетях с использованием инфлюенсеров, разделяющих ценности здорового образа жизни.

В. Организация серии бесплатных мастер-классов по приготовлению здоровых блюд с использованием продукции бренда в крупных городах.

Г. Спонсорство спортивных мероприятий и соревнований.

Д. Разработка мобильного приложения с рецептами, советами по здоровому питанию и программой лояльности.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 514.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания занимается производством и продажей одежды для молодежной аудитории. В связи с нестабильной экономической ситуацией, необходимо оценить риски и возможности для маркетинговых коммуникаций бренда.

Задание:

1. Выявите три ключевых макроэкономических фактора, которые могут оказать существенное влияние на спрос на одежду и поведение потребителей. Обоснуйте свой выбор.

2. Определите два основных рыночных или специфических риска, связанных с выбранными макроэкономическими факторами, которые могут негативно повлиять на эффективность маркетинговых коммуникаций. Предложите стратегии для их минимизации.

3. Опишите, как изменится поведение молодежной аудитории в условиях экономической нестабильности. Разработайте две тактики коммуникаций, адаптированные к новым потребительским реалиям.

Ответ:

Задание 515.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «Альфа», специализирующейся на выпуске сложной бытовой техники и которая столкнулась с необходимостью прогнозирования спроса на свою продукцию на ближайшие два года. Компания планирует значительные инвестиции в расширение

производственных мощностей и запуск новой линейки продукции, что делает точную оценку макроэкономического воздействия критически важной.

В распоряжении отдела имеются следующие данные: прогнозы ВВП, инфляции, процентных ставок Центрального банка, уровня безработицы, располагаемых доходов населения, а также показатели потребительской уверенности, публикуемые Росстатом и аналитическими агентствами, такими как Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования (ЦМАКП).

Задание:

1. Назовите три ключевых макроэкономических индикатора, которые следует наиболее тщательно анализировать для оценки потенциального воздействия на спрос продукции компании «Альфа», и почему.

2. Приведите три основных метода сбора и обработки данных, включая источники информации, которые следует использовать для повышения точности прогноза спроса в условиях макроэкономической неопределенности.

Ответ:

Задание 516.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «Альфа-Тек», специализирующейся на разработке и внедрении программного обеспечения для логистики, которая планирует расширение на рынок агропромышленного комплекса (АПК). Предварительный анализ показал высокий потенциал роста в данном сегменте, однако специфика отрасли и внешние факторы могут создавать значительные риски.

Задание:

1. Назовите и опишите кратко три вида рыночных рисков, которые наиболее вероятно повлияют на успешность выхода «Альфа-Тек» на рынок АПК, учитывая его специфику.

2. Приведите и опишите кратко три вида специфических рисков, связанные с потребительским поведением в АПК, которые необходимо учитывать при разработке маркетинговой стратегии.

3. Предложите и опишите кратко три метода анализа рыночных и специфических рисков, а также поведения потребителей, которые следует применить «Альфа-Тек» для минимизации негативного влияния данных факторов на проект.

Ответ:

Задание 517.

Прочитайте текст, выберите правильный ответ и обоснуйте его.

Для понимания потребностей и предпочтений целевой аудитории полезны различные методы обучения и анализа. Выберите наиболее эффективный метод, привлекающий внимание покупателей и формирующих их доверие:

А. Скидки и акции.

Б. Почтовые рассылки.

В. Оптимизация сайта для поисковых систем.

Г. Социальные сети.

Д. Хорошая служба поддержки.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 518.

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

Модель покупательского поведения при приобретении мясной продукции может быть охарактеризована способами привлечения целевой аудитории на основе степени вовлеченности в процесс принятия решения, а также воспринимаемых различий между брендами или продуктами.

Назовите и обоснуйте наиболее эффективные способы привлечения целевой аудитории, учитывая степень вовлеченности и различия между брендами:

А. Определение и сегментация целевой аудитории.

Б. Создание ценного и релевантного контента

В. Присутствие в социальных сетях.

Г. Инновационные технологии

Д. Анализ и оптимизации маркетинговой стратегии.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 519.

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

Компания планирует масштабную кампанию по продвижению нового продукта на рынке. Для эффективной реализации мероприятий, разработанных на основе глубокого анализа конкурентов, каналов продвижения, потребителей, данных веб-сайтов, спроса и его динамики, необходимо принять ключевые решения.

Определите какие из перечисленных ниже факторов оказывают наиболее существенное влияние на выбор каналов коммуникации для продвижения нового продукта и требуют обоснования выбора?

А. Бюджет маркетинговой кампании.

Б. Географическое расположение офисов конкурентов.

В. Предпочтения целевой аудитории в потреблении информации.

Г. Технологические характеристики производственного оборудования.

Д. Анализ структуры затрат на логистику.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 520.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях динамичной рыночной среды компетентное понимание потребностей клиентов, а также умение анализировать конкурентное положение и выбираемые каналы продвижения стали важными аспектами успешного ведения бизнеса. Для реализации маркетинговых мероприятий, которые базируются на данных исследований конкурентов и потребителей, необходимо разработать стратегический план, учитывающий изменения спроса, цены и затраты. Это особенно актуально в контексте того, как конкурентоспособность вашего продукта влияет на его позиционирование на рынке.

Компания «N» провела анализ ключевых конкурентов и выявила возникновение тренда на экологичные и энергоэффективные товары. Рынок демонстрирует рост интереса к продуктам с низким уровнем потребления ресурсов. Необходимо разработать и представить стратегию продвижения нового энергоэффективного устройства на основе полученных данных.

Задание:

1. Определите не менее двух наиболее подходящих каналов продвижения нового продукта для описанной ситуации.

2. Предложите не менее двух инструментов и методов для организации обратной связи с потребителями после запуска продукта.

Ответ:

Задание 521.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в компании «Альфа», производящей высокотехнологичное медицинское оборудование. Компания зафиксировала стагнацию роста продаж на ключевом рынке. Анализ конкурентной среды показал, что конкурент «Бета» успешно продвигает аналогичное оборудование, используя агрессивную ценовую политику и таргетированную рекламу в социальных сетях. «Альфа» располагает данными исследований потребительских предпочтений, которые указывают на приоритет функциональности и надежности оборудования, а также анализом веб-сайта,

выявившим высокий уровень отказов при переходе на страницу оформления заказа.

Задание:

1. Предложите мероприятия, которые следует реализовать компании «Альфа» для повышения конкурентоспособности, учитывая результаты исследований конкурентов, потребителей и данных веб-сайта.

2. Назовите факторы структуры цен и затрат, которые необходимо проанализировать компании «Альфа» для разработки эффективной стратегии ценообразования в условиях конкуренции.

Ответ:

Задание 522.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы - маркетолог в компании «ТехноПром», которая занимается производством и сбытом высокотехнологичного оборудования. Компания планирует расширение ассортимента продукции и выход на новые рынки. Руководство поручило вам разработать стратегию продвижения, учитывая необходимость оптимизации затрат и максимизации прибыли. Для этого вам необходимо реализовать мероприятия, разработанные на основе результатов исследований конкурентов, каналов продвижения, потребителей, посетителей веб-сайтов, спроса и его изменения, а также анализа структуры цен, затрат и рынков факторов производства.

Задание:

1. Предложите мероприятия, которые вы будете реализовывать на основе результатов исследования конкурентов и каналов продвижения.

2. Назовите действия, которые вы предпримете для адаптации стратегии продвижения в зависимости от изменений спроса и поведения потребителей.

3. Приведите меры для оптимизации структуры цен и затрат, учитывая результаты анализа рынков факторов производства.

Ответ:

Задание 523.

Прочитайте текст и установите последовательность.

Установите логическую последовательность этапов проведения маркетинговых исследований в компании, занимающейся программным обеспечением, и расположите в правильной последовательности основные операции:

1. Определение проблемы и постановка целей.
2. Сбор первичной информации.
3. Сбор и анализ вторичной информации.
4. Сбор данных.

5. Разработка плана исследования и инструментария.
6. Обработка и анализ данных.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 524.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Для предприятия, которое занимается разработкой программного обеспечения важны описательные маркетинговые исследования, которые направленны на описание маркетинговых проблем, ситуаций, рынков и потребителей и способных предоставить подробную информацию о текущей ситуации.

Соотнесите задачи проведения описательного маркетингового исследования предприятия, которое занимается разработкой программного обеспечения и соответствующие им действия.

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

Задачи маркетинговых исследований		Действия в результате решения задач	
А	Описание рынка и потребителей	1	описательные исследования позволяют описать положение конкурентов на рынке программного обеспечения, их стратегии и сильные стороны. Это важно для определения конкурентных преимуществ и разработки эффективной маркетинговой стратегии
Б	Анализ конкурентов	2	описательные исследования помогают выявить текущие рыночные тенденции, включая демографические изменения и поведенческие модели потребителей. Это позволяет компании адаптировать свои продукты и маркетинговые стратегии к меняющимся рыночным условиям
В	Оценка рыночных тенденций	3	описательные исследования помогают получить подробную информацию о целевой аудитории, ее потребностях и предпочтениях в отношении программного обеспечения. Это включает в себя анализ того, кто использует их продукты, как и где они их приобретают
Г	Сбор информации для стратегического планирования	4	описательные исследования могут включать анализ того, как потребители используют существующие программные продукты, что позволяет выявить области для улучшения и оптимизации
Д	Оценка эффективности существующих продуктов	5	на основе данных, полученных в ходе описательных исследований, предприятие может разработать стратегию выхода на новые рынки или запуска новых продуктов, учитывая потребности и предпочтения целевой аудитории
		6	исследование позволяет собирать данные наблюдая за большим количеством респондентов.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 525.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В компании «СофтЛинк», занимающейся разработкой программного обеспечения, необходимо улучшить взаимодействие между маркетинговым отделом и службой информационных технологий. Маркетологи должны эффективно использовать корпоративные информационные системы для сбора и анализа данных о клиентах и рынке.

Задание:

1.Разработайте план действий для повышения эффективности использования корпоративных информационных систем в маркетинговых исследованиях.

2. Сделайте краткий вывод по ожидаемым результатам.

Ответ:

Задание 526.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

В условиях современного рынка, где конкуренция играет большое значение, маркетологу для обоснования выбора оптимальной стратегии необходимо задействовать целый арсенал методов и программных средств обработки информации.

Задание:

1.Определите объекты и методы проведения маркетинговых исследований для обоснования выбора оптимальной стратегии.

2. Сделайте краткий вывод.

Ответ:

Задание 527.

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

Вы проходите проектно-технологическую практику в компании, которая внедряет CRM-систему (Customer Relationship Management) для автоматизации работы отдела маркетинга и продаж. Маркетолог должен использовать её для повышения эффективности кампаний.

Какие два действия наиболее эффективно помогут использовать CRM для улучшения маркетинговых процессов?

А. Ежедневно вручную экспортировать данные из CRM в Excel для построения отчётов.

Б. Настроить автоматические сегментации клиентов в CRM для персонализированных email-рассылок.

В. Использовать CRM только для хранения контактов, а аналитику проводить в сторонних сервисах.

Г. Интегрировать CRM с системами веб-аналитики (Google Analytics) для отслеживания поведения клиентов.

Д. Загружать в CRM только данные о продажах, игнорируя историю взаимодействий с клиентами.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 528.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Представьте, что в рамках прохождения производственной практики, вы являетесь маркетологом стартапа, который разработал новое мобильное приложение для бесконтактных платежей через NFC. Целевая аудитория — молодые люди 18–35 лет, активно использующие смартфоны.

После запуска приложение скачали 10 000 пользователей, но только 15% совершили хотя бы одну оплату. Команда считает, что проблема в низкой вовлечённости или непонимании преимуществ продукта.

Задание:

1. Назовите 2 ключевые гипотезы, почему пользователи не совершают платежи (опираясь на принципы маркетинга).

2. Какое маркетинговое исследование вы проведёте для проверки гипотез? (Конкретный метод + краткое обоснование).

Ответ:

Задание 529.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в компании, производящей органические продукты питания. Она запустила масштабную маркетинговую кампанию с целью увеличения узнаваемости бренда и стимулирования продаж в крупных городах. Кампания включала онлайн-рекламу, сотрудничество с блогерами и участие в специализированных выставках.

Задание:

1. Оцените эффективность выбранных каналов продвижения с точки зрения охвата целевой аудитории и стоимости контакта. Какие метрики следует использовать для оценки эффективности каждого канала? Обоснуйте свой выбор.

2. Выделите три наиболее перспективных для дальнейшего развития сегмента целевой аудитории.

3. Разработайте рекомендации по оптимизации маркетинговой стратегии компании на основе полученных результатов анализа. Укажите конкретные действия, направленные на повышение эффективности маркетинговых усилий и увеличение ROI (Return on Investment).

Ответ:

Задание 530.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в компании «FreshBite», которая является производителем здоровых снеков. Она запустила новую линейку протеиновых батончиков. После месяца продаж конверсия в покупку на сайте составляет всего 8%, что ниже ожидаемых 20%.

Данные:

Трафик на сайт: 50 000 посещений (70% — из Instagram-рекламы, 30% — контекстная реклама).

Среднее время на сайте: 40 секунд.

Основные отзывы: «Не понимаю, чем эти батончики лучше других», «Дорого».

Задание:

1. Назовите 2 гипотезы, почему конверсия низкая.

2. Какое маркетинговое исследование вы проведете для проверки гипотез?

3. Предложите 2 действия для повышения конверсии, опираясь на возможные результаты исследования.

Ответ:

Задание 531.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Применение принципов и методов маркетинга неразрывно связано с маркетинговыми исследованиями, представляющими собой систематический процесс сбора, анализа и интерпретации данных о рынках, потребителях и конкурентах.

Установите соответствие между принципами и методами маркетинговых исследований и их характеристиками.

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

Принципы/Методы		Характеристика	
А	Сегментация рынка	1	Процесс сбора и анализа информации о потребителях, конкурентах и рыночной среде с целью принятия обоснованных маркетинговых решений
Б	Позиционирование продукта	2	Разделение рынка на группы потребителей с общими потребностями и характеристиками для разработки целевых маркетинговых стратегий
В	Кабинетные исследования	3	Комплекс мероприятий по формированию желаемого образа продукта в сознании потребителей относительно конкурентов

Г	Количественные исследования	4	Сбор и анализ вторичной информации из доступных источников, таких как отчеты, статьи и базы данных, для получения общего представления о рынке
Д	Качественные исследования	5	Методы исследования, основанные на значительном объёме выборки с представлением данных в числовой форме и использующий процедуры статистического анализа
		6	Методы исследования, направленные на получение глубокого понимания мотиваций, убеждений и поведения потребителей с использованием интервью и фокус-групп

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 532.

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

Выберите из предложенных программное обеспечение, которое наиболее эффективно для проведения многомерного статистического анализа данных, полученных в результате маркетингового исследования, направленного на сегментацию потребителей на основе психографических характеристик:

А. Microsoft Excel.
Б. IBM SPSS Statistics.
В. Microsoft Word.
Г. Yandex Forms.
Д. Adobe Photoshop.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 533.

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

Выберите из предложенных программные средства, которые обычно используются для обработки и анализа данных в маркетинговых исследованиях:

А. Microsoft Excel.
Б. IBM SPSS Statistics.
В. Google Analytics.
Г. Tableau.
Д. SAS.

Ответ:
Обоснование выбора:

Задание 534.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите технологическую практику в компании. Компания «GreenGadget», выпускающая экологичные многоразовые бутылки для воды, выходит на рынок Европы. Продукт позиционируется как премиальный (цена на 30% выше аналогов). После месяца продаж конверсия в покупку на сайте - 5%, при среднем чеке €25. Бюджет на продвижение ограничен, необходимо срочно увеличить продажи.

Данные:

Основные каналы продвижения: Instagram-реклама (CPM €10, CTR 1,2%), контекстная реклама (CPC €2, конверсия 3%), сотрудничество с эко-блогерами (охват 500 000, стоимость €5000 за 10 постов).

Аудитория: 18-35 лет, жители крупных городов, интерес к ЗОЖ и экологии.

Отзывы: «Качественно, но дорого», «Не вижу отличий от дешевых аналогов».

Задание:

1. Назовите 2 ключевые проблемы, мешающие росту конверсии.

2. Используя метод сегментации, выделите наиболее перспективную целевую группу.

Ответ:

Задание 535.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в компании «UrbanBikes», которая является производителем премиум-городских электровелосипедов. Компания столкнулась с падением продаж на 30% за последний квартал в Европе. Основные конкуренты снизили цены на аналогичные модели, а аудитория жалуется на «неочевидные преимущества» продукта. Бюджет на маркетинг сокращен на 40%, но необходимо восстановить продажи.

Данные:

Целевая аудитория - жители мегаполисов 25-45 лет, доход выше среднего, ценящие экологичность и технологичность.

Каналы продвижения: Instagram-реклама (CPM €15, конверсия 2%), контекстная реклама (CPC €3, конверсия 4%), YouTube-обзоры (охват 200 000, конверсия 1,5%).

Отзывы: «Слишком дорого для велосипеда», «Не понимаю, зачем платить больше».

Задание:

1. Выявите 2 ключевые причины падения продаж, опираясь на принципы маркетинга.

2. Используя модель 4P, предложите изменения в маркетинг-миксе для решения проблем.

3. Разработайте 1 нестандартную тактику для повышения лояльности аудитории без увеличения бюджета.

Ответ:

Задание 536.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите преддипломную практику в компании. Компания «GourmetSelect», производитель премиальных наборов для сыроварения, столкнулась с резким падением продаж (- 40% за квартал) после введения санкций на поставки европейских сыров. Основные проблемы:

- утрата ключевого УТП («аутентичные европейские ингредиенты»);
- рост цен на оставшиеся импортные компоненты (+35%);
- снижение лояльности существующей аудитории (NPS упал с +25 до -10).

Данные для анализа:

1. Целевая аудитория:
   - Основная: женщины 30-45 лет, доход $3000, увлечены кулинарией
   - Вторичная: мужчины 35-50 лет, ищут премиум-подарки
2. Каналы продвижения:
   - Instagram (CPM $12, конверсия 1.8%);
   - Контекстная реклама (CPC $2.5, конверсия 3.2%);
   - Партнерство с фуд-блогерами (стоимость $8000 за кампанию, ROI 120%).
3. Конкурентная среда:
   - 3 новых локальных бренда предлагают аналоги на 20% дешевле;
   - рост популярности мастер-классов по сыроварению.

Задание:

1. Определите 2 ключевые маркетинговые проблемы, используя SWOT-анализ. Выделите наиболее пострадавший элемент маркетинг-микса (4P).
2. Предложите новый вариант позиционирования бренда. Разработайте 2 конкретных тактических изменения в маркетинг-миксе
3. Придумайте 1 нестандартный способ восстановления лояльности без увеличения бюджета

Ответ:

Задание 537.

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

Выберите из перечисленных функций ту, которая в наибольшей степени отражает роль координатора и контролера в процессе обработки маркетинговой информации:

А. Разработка анкет и опросных листов для первичного сбора данных.

Б. Непосредственное проведение интервью и фокус-групп с потребителями.

В. Обеспечение соблюдения сроков, бюджетов и методологических требований на этапе анализа и интерпретации данных.

Г. Формулирование гипотез исследования на основе вторичных источников информации.

Д. Презентация результатов исследования заинтересованным сторонам.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 538.

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

Выберите из следующих действий то, которое является наиболее важным при организации и контроле выполнения маркетингового исследования:

А. Разработка детального вопросника.

Б. Проведение статистического анализа данных.

В. Установление четких сроков и контрольных точек для каждого этапа исследования.

Г. Выбор наиболее дешевого поставщика услуг исследования.

Д. Презентация результатов исследования заинтересованным сторонам.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 539.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «GreenMarket» планирует расширить свою деятельность на новый рынок экологически чистых продуктов для дома. Для этого необходимо провести маркетинговое исследование, чтобы определить целевой сегмент, оценить потенциал рынка и разработать эффективную маркетинговую стратегию.

Задание:

1. Опишите этапы организации и контроля маркетингового исследования для определения целевого рыночного сегмента и оценки потенциала рынка.

2. Оцените важность каждого этапа в обеспечении качества и эффективности исследования.

3. Сформулируйте три рекомендации по улучшению контроля за выполнением маркетингового исследования.

Ответ:

Задание 540.

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

Вы – практикант в компании. Компания запускает новый продукт — умную колонку с голосовым помощником. Маркетинговый отдел должен провести исследование перед запуском, но сроки горят.

Выберите из предложенных два действия, которые являются критически важными для контроля сроков и условий исследования:

А. Увеличить выборку респондентов в 2 раза, чтобы получить больше данных, даже если это задержит исследование на неделю.

Б. Четко прописать этапы исследования в календарном плане с дедлайнами для каждого исполнителя.

В. Провести пилотное тестирование анкеты на 5-10 людях перед основным сбором данных.

Г. Использовать только качественные методы (глубинные интервью), чтобы избежать ошибок в данных.

Д. Автоматизировать сбор данных через онлайн-платформы с таймером для респондентов.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 541.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – практикант в компании. Компания «EcoBeauty» (производитель натуральной косметики) запускает новый крем для лица. Руководство требует провести исследование рынка перед стартом продаж. Вам, как маркетологу, необходимо:

- организовать процесс исследования, соблюдая внутренний регламент (требуются: техническое задание, согласованные методики, отчет);
- проконтролировать сроки и качество данных.

Исходные данные:

Цель исследования: оценить спрос на крем среди женщин 25–40 лет.

Документация компании: стандарт проведения исследований (образец ТЗ, шаблон отчета).

Сроки: 14 дней на весь процесс.

Ресурсы: бюджет ограничен, можно опросить не более 500 человек.

Задание:

1. Напишите, какие 3 документа необходимо подготовить перед началом исследования.

2. Назовите 2 ключевых действия, контроля соответствия маркетингового исследования регламенту.

3. Напишите, какие 2 параметра нужно проверять на этапе сбора данных, чтобы избежать ошибок.

Ответ:

Задание 542.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы назначены младшим аналитиком в маркетинговое агентство. Вам поручено оценить проект плана маркетингового исследования, разработанного сторонним подрядчиком. Исследование направлено на выявление потребительских предпочтений в сегменте электромобилей в Московском регионе.

Задание:

1. Определите три ключевых риска, связанных с соблюдением сроков выполнения исследования, учитывая потенциальные задержки на этапах сбора и анализа данных.

2. Оцените, соответствуют ли предложенные условия контракта стандартным практикам, принимая во внимание вопросы конфиденциальности данных и прав интеллектуальной собственности

Ответ:

Задание 543.

Прочитайте текст и установите соответствие.

Знание видов выкладки товаров в мерчандайзинге является необходимым для обоснования принятия управленческих решений для предприятий торговой сферы, а также производственных предприятий.

Сопоставьте перечисленные ниже виды выкладки с их соответствующими описательными характеристиками. К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца.

Виды выкладки		Описание выкладки	
А	Вертикальная выкладка	1	Размещение конкретного товара среди подобных товаров (категорий товаров) других производителей или торговых марок на стандартном торгово-технологическом оборудовании в торговом зале.
Б	Горизонтальная выкладка	2	Выкладка, которая формируется по товарам выставочного запаса в виде различных фигур, штабелей, пирамид.
В	Рекламная выкладка	3	Выкладка однородных товаров по всей длине оборудования, в результате чего каждый товар полностью занимает одну или две полки соответствующего уровня.
Г	Демонстрационная выкладка	4	Выкладка однородных товаров в несколько рядов на всех полках сверху вниз.

Д	Первичная выкладка	5	Выкладка, целью которой является информирование покупателей об имеющемся в продаже товаре; ознакомление с качественными характеристиками товара, его особенностями и способами применения; напоминание об имеющихся в продаже сопутствуюших товарах
		6	Выкладка товаров на специальных брендовых стеллажах, принадлежащих одному производителю.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 544.

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

Умение анализировать информацию и формировать собственные суждения является ключевым навыком для успешного маркетолога. Это позволяет принимать обоснованные решения, разрабатывать эффективные стратегии и достигать поставленных целей.

Выберите из перечисленных задач ту, которая является основной целью маркетинга.

А. Увеличение производственных мощностей компании.

Б. Оптимизация логистических процессов.

В. Удовлетворение потребностей потребителей с выгодой для компании.

Г. Снижение налоговой нагрузки на предприятие.

Д. Автоматизация бухгалтерского учета.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 545.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания, производящая промышленное оборудование, решила расширить свой ассортимент, добавив в него новое оборудование, предназначенные для специализированных секторов, таких как нефтегазовая и химическая индустрия. Для успешного выхода на рынок необходимо провести маркетинговые исследования и разработать стратегию позиционирования.

Задание:

1. Опишите целевую аудиторию для новой линии оборудования не менее, чем по трём критериям сегментирования.

2. Предложите основные направления маркетинговой стратегии позиционирования для новой линии оборудования.

Ответ:

Задание 546.

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

Выберите два подходящих варианта из предложенных ниже способов выхода на зарубежный рынок, которые характеризуются высоким уровнем контроля над маркетинговой деятельностью и значительными инвестициями:

А. Экспорт через независимых дистрибьюторов.

Б. Лицензирование производства.

В. Создание совместного предприятия.

Г. Прямые иностранные инвестиции в виде создания дочерней компании.

Д. Франчайзинг.

Е. Управление по контракту.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 547.

Прочитайте текст и установите соответствие.

В современном мире маркетинг услуг занимает ключевую роль в стратегическом управлении компаниями, предоставляющими разнообразные виды услуг, от ресторанного сервиса до финансовых консультаций. Ниже приведены основные термины и определения маркетинга услуг. Установите соответствие между терминами и их определениями.

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

Термины		Определения	
А	Услуга	1	Процесс создания уникального представления о бренде, который вызывает у клиентов доверие и лояльность.
Б	Маркетинг опыта	2	Неприкосновенное явление, которое нельзя легко пощупать или хранить, и которое обычно потребляется одновременно с его производством.
В	Качество услуги	3	Использование мнений и отзывов других клиентов для подтверждения качества или ценности предлагаемой услуги.
Г	Социальные доказательства	4	Оценка услуги клиентами на основе различных критериев, таких как надежность, удобство и удовлетворенность
Д	Брендинг в услугах	5	Процесс создания запоминающихся и положительных взаимодействий с клиентом во время предоставления услуги
		6	Уникальные характеристики услуг, такие как ненадежность, невидимость и возможность потребления в момент производства.

Запишите выбранные цифры под соответствующими буквами:

А	Б	В	Г	Д

Задание 548.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ТехноПлюс» занимается поставками высокотехнологичного оборудования для производственных предприятий. В последние годы компания столкнулась с растущей конкуренцией на рынке и необходимостью оптимизации своих закупок. В этой связи руководство решило внедрить новые маркетинговые технологии для улучшения процессов закупок.

Задание:

1. Определите не менее трёх современных маркетинговых технологии управления закупками, которые может внедрить «ТехноПлюс» для повышения эффективности работы с поставщиками.

2. Опишите преимущества, который предоставляет маркетинг закупок в процессе управления предприятием (не менее трёх).

Ответ:

Задание 549.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практику в качестве менеджера салона красоты, который столкнулся с падением числа клиентов. Используя знания в области маркетинга услуг, разработайте стратегию для улучшения ситуации.

Задание:

1. Определите какие маркетинговые исследования (не менее трёх) вы проведете для анализа ситуации.

2. Опишите какие маркетинговые инструменты (не менее трёх) вы можете использовать для привлечения новых клиентов и удержания существующих.

3. Примите решение, какие показатели (не менее трёх) вы будете отслеживать для оценки эффективности принятых решений.

Ответ:

Задание 550.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Умение применять инструменты и технологии мерчандайзинга в современном маркетинге играет ключевую роль в развитии предприятия и повышении его конкурентоспособности на рынке.

Задание:

1. Раскройте сущность понятия «планограмма» и цель ее применения в мерчандайзинге.

2. Опишите две основных функции фейсинга при выкладке товара.

Ответ:

Задание 551.

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

Компания планирует вывод на рынок инновационного продукта – энергетического батончика с натуральными ингредиентами. Выберите из перечисленных маркетинговых инструментов тот, который будет наиболее эффективным для первоначального привлечения внимания целевой аудитории (молодые люди, ведущие активный образ жизни) и стимулирования первой покупки.

А. Размещение рекламы в печатных изданиях (газеты, журналы).

Б. Организация масштабной телевизионной рекламной кампании.

В. Проведение дегустаций в фитнес-центрах и спортивных клубах с раздачей пробных образцов.

Г. Запуск таргетированной рекламы в социальных сетях с акцентом на здоровый образ жизни и преимущества продукта.

Д. Организация пресс-конференции для узкоспециализированных изданий о здоровом питании.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 552.

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

Новые технологии позволяют упрощать процессы закупок, обеспечивать большую прозрачность и повышают доступность для клиентов.

Компания «ПромТехнологии» занимается производством и поставкой специализированного оборудования для производственных предприятий. Для повышения конкурентоспособности необходимо определить маркетинговые инструменты, которые помогут эффективно вытеснить конкурентов и привлечь новых клиентов.

Определите из следующих маркетинговых инструментов и технологий наиболее походящие для эффективного управления в промышленном маркетинге

А. B2B-электронные торговые платформы.

Б. Реклама на телевидении.

В. Контент-маркетинг.

Г. Участие в специализированных выставках и конференциях.

Д. Общий интернет-рекламный баннер на популярных сайтах.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 553.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Применение предприятиями современных маркетинговых инструментов в международном маркетинге способствует более глубокому пониманию рынка и помогает адаптировать стратегии для достижения максимального успеха.

Задание:

1. Назовите два ключевых инструмента маркетинговых коммуникаций, которые целесообразно использовать для продвижения нового продукта на международном рынке. Обоснуйте свой выбор.

2. Опишите, как использование такого инструмента цифрового маркетинга, как контент-маркетинг, может способствовать успешному выходу компании на международный рынок.

Ответ:

Задание 554.

Прочитайте текст и установите последовательность.

При формировании маркетинговой стратегии важно интегрировать анализ рынка, определять целевую аудиторию, уникальное торговое предложение, реализацию стратегии и мониторинг результатов.

Установите правильную последовательность шагов для разработки и внедрения маркетинговой стратегии для услуги в сфере информационных технологий:

1. Установление ключевых показателей эффективности (KPI) и регулярная оценка успеха реализованной стратегии.

2. Разработка практических шагов по внедрению стратегии, включая распределение ролей и установление сроков выполнения задач.

3. Выбор стратегий продвижения, ценообразования и каналов коммуникации, основываясь на анализе и уникального торгового предложения.

4. Формулирование того, что делает услугу уникальной и привлекательной для целевой аудитории.

5. Исследование потребностей клиентов, анализ конкурентов и выявление возможностей и угроз на рынке.

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

Задание 555.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Маркет Экс» специализируется на продаже экологически чистых продуктов для дома. В последнее время компания столкнулась с увеличением цен на сырье и, как следствие, сокращением маржи. Для выхода из сложившейся ситуации руководство решило пересмотреть стратегию закупок и применить новые маркетинговые инструменты и технологии управления. Ваша задача состоит в том, чтобы помочь «Маркет Экс» оптимизировать процессы закупок.

Задание:

1. Назовите ключевые направления маркетинга закупок, на которые следует обратить внимание «Маркет Экс» при пересмотре своей стратегии закупок.

2. Определите как компания может использовать данные и аналитику для улучшения своих закупочных процессов и управления поставками

Ответ:

Задание 556.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практическую подготовку на должности маркетолога на предприятии, производящем промышленное оборудование. Ваша задача – разработать стратегию продвижения продукции на рынке B2B.

Задание:

1.Обозначьте какие маркетинговые инструменты (не менее трёх) вы будете использовать для продвижения промышленного оборудования.

2. Опишите как вы будете сегментировать рынок промышленного оборудования и выбирать целевую аудиторию.

3. Определите три основные технологии управления, которые вы будете применять для оптимизации маркетинговой деятельности.

Ответ:

Задание 557.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы – менеджер по маркетингу сети магазинов крафтового пива. Ваша компания открывает новый магазин в оживленном районе города, где уже есть несколько конкурентов. Целевая аудитория – молодые люди (25-40 лет), интересующиеся новыми вкусами и атмосферой. Вам необходимо разработать стратегию мерчандайзинга с использованием POS-материалов, чтобы привлечь внимание к магазину и увеличить продажи. Особенностью нового магазина является проведение акции: «Пивной четверг» – дегустация трех новых сортов пива с 18:00 до 20:00.

Задание:

1. Опишите по два различных типа POS-материалов, которые следует использовать в первую очередь для привлечения внимания к магазину на улице и в прикассовой зоне. Обоснуйте ответ.

2. Перечислите POS-материалы, которые будут наиболее эффективны для продвижения акции «Пивной четверг».

Ответ:

Задание 558.

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

Представьте, что вы – маркетолог компании, занимающейся производством экологически чистых продуктов питания. В последнее время продажи вашей продукции снизились.

Выберите из предложенных вариантов действий то, которое вы в первую очередь примените для анализа причин снижения продаж и разработки стратегии их восстановления.

А. Разработка нового логотипа и фирменного стиля.

Б. Проведение масштабной рекламной кампании на телевидении.

В. Анализ рынка и конкурентов с использованием SWOT-анализа.

Г. Снижение цен на всю продукцию на 50%.

Д. Организация благотворительной акции в поддержку экологического движения.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 559.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «ПромТех» — это производитель высококачественного промышленного оборудования, специализирующийся на производстве специализированных машин для перерабатывающей отрасли. В условиях увеличения конкуренции и быстро меняющегося спроса на рынке, «ПромТех» решила пересмотреть свои маркетинговые стратегии и использование инструментов управления. Руководство компании считает, что для успешного продвижения их продукции необходимо проанализировать текущие маркетинговые подходы и узнать о современных методах и технологиях, подходящих для промышленного сектора.

Задание:

1. Проведите сегментацию целевой аудитории для продукции компании «ПромТех». Укажите ключевые сегменты и опишите особенности в их потребностях.

2. Определите, какие маркетинговые инструменты и каналы коммуникации будут наиболее эффективны для «ПромТех» на основе сегментации целевой аудитории.

3. Сделайте краткий вывод.

Ответ:

Задание 560.

Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ.

Компания «Arctic Delight», российский производитель высококачественного мороженого, планирует выход на рынок Китая. У компании есть базовый бренд, логотип и несколько популярных вкусов. Руководитель отдела маркетинга предлагает два варианта маркетинговой коммуникационной стратегии, которые будут использоваться для продвижения компании «Arctic Delight» в Китае:

1. Работа с китайскими инфлюенсерами (KOL – Key Opinion Leaders) в социальных сетях.
2. Прямой маркетинг с использование e-mail-рассылки с информацией о товаре компании с потенциальными потребителями.

Задание:

1. Определите наиболее эффективный вариант маркетинговой коммуникационной стратегии из двух предложенных. Обоснуйте свой ответ.
2. Уточните, каким образом выбранный вами вариант будет адаптирован под специфику китайского рынка.

Ответ:

Задание 561.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Служба такси «Светлый путь» - это новый игрок на рынке услуг такси в мегаполисе. С появлением множества приложений для вызова такси компания сталкивается с жесткой конкуренцией. Руководство «Светлого пути» решило создать маркетинговую стратегию, чтобы привлечь и удержать клиентов, а также повысить уровень обслуживания. Необходимо учитывать особенности маркетинга услуг, такие как нематериальность, неотделимость и изменчивость предлагаемых услуг.

Задание:

1. Выявите, какие маркетинговые инструменты и каналы коммуникации будут наиболее эффективны для «Светлого пути» в привлечении целевой аудитории.
2. Предложите систему оценки качества услуг, предоставляемых службой такси «Светлый путь».

Ответ:

Задание 562.

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

Компания планирует увеличить объем закупок для улучшения производственных процессов. Чтобы оптимизировать процессы закупок и повысить эффективность управления, необходимо определить, какие из предложенных действий являются наиболее целесообразными. Выберите два правильных ответа из представленных вариантов:

А. Провести анализ потребностей и объемов закупок на основе имеющихся данных.

Б. Игнорировать рынок поставщиков и работать только с уже известными партнерами.

В. Внедрить автоматизированную систему управления закупками для улучшения прозрачности и учета товаров.

Г. Установить максимальные сроки исполнения всех закупок, не учитывая специфику каждого товара.

Д. Отказаться от анализа цен и качества, так как закупает только низкобюджетные товары.

Ответ:

Обоснование выбора:

Задание 563.

Прочитайте текст задания и запишите развернутый обоснованный ответ.

Вы проходите практическую подготовку в качестве специалиста по закупкам в крупной компании. Ваша задача – оптимизировать процесс закупок, используя маркетинговые инструменты и технологии управления.

Задание:

1. Выберите маркетинговые инструменты для поиска и оценки поставщиков. Опишите минимум три и обоснуйте свой выбор.

2. Опишите как вы будете применять технологии управления для оптимизации процесса закупок (минимум три технологии).

3. Опишите особенности маркетинга закупок, которые необходимо учитывать при выборе стратегии работы с поставщиками.

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 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»
2	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»
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 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»
5	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»
6	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»

7	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»
8	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»
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 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»
11	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»
12	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»
13	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»
14	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»

15	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»
16	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»
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 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»
19	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»
20	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»
21	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»
22	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»
23	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»
24	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»
25	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»
26	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»
27	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»
28	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»
29	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»
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 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»
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	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»
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 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»
36	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»
37	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»
38	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»
39	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»
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 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»
42	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»
43	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»
44	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»
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 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»
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 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»
49	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»
50	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»
51	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»
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	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»
54	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»

55	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»
56	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»
57	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»
58	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»
59	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»
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 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»
62	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»
63	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»
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 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»
66	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»
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	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»
69	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»
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 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»
72	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»
73	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»
74	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»
75	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»
76	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»
77	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»
78	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»
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	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»
81	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»
82	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»
83	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»
84	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»
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 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»
87	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»

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 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»
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 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»
93	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»
94	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 — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»

	(позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)	
95	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»
96	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»
97	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»
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 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»
100	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»
101	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»
102	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»
103	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»
104	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»
105	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»
106	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»
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 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»
109	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка /

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
110	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»
111	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»
112	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»
113	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»
114	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»
115	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»
116	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»
117	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»
118	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»
119	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»
120	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»
121	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»

122	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»
123	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»
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 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»
126	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»
127	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»
128	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»
129	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»
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 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»
132	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»
133	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»
134	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»
135	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»
136	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»
137	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»
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 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»
140	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»
141	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»

142	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»
143	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»
144	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»
145	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»
146	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»
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 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»
149	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»
150	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»
151	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»
152	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»
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 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»
156	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»
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 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»
160	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»
161	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»

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 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»
164	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»
165	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»
166	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»
167	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»
168	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»
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 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»
171	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»
172	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»
173	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»
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 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»
180	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»
181	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»
182	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»
183	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»
184	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»
185	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»
186	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»
187	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»
188	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»
189	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»
190	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»
191	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»
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	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»
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 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»
196	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»
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 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»
200	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»
201	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»
202	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»
203	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	
204	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»
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 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»
207	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»
208	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»
209	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»
210	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»
211	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»
212	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»
213	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»
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 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»
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 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»
220	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»
221	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»
222	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»
223	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»
224	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»
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	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»
227	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»
228	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»
229	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»
230	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»
231	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»
232	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»
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 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»
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 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»
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 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»
240	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»
241	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»
242	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»
243	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»
244	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»
245	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»
246	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»
247	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»
248	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»
249	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»
250	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»
251	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»
252	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»
253	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»
254	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»
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 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»

257	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»
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 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»
260	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»
261	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»
262	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»
263	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»

264	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»
265	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»
266	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»
267	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»
268	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»
269	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»
270	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»
271	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»
272	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»
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 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»
275	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»
276	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»

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 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»
279	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»
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 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»
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 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	
284	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»
285	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»
286	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»
287	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»
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 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»

290	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»
291	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»
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 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»
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 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»
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 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»
300	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»
301	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»
302	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»
303	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»
304	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»
305	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»
306	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»
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 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»
309	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»
310	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены	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»

	корректные аргументы, используемые при выборе ответа	
311	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»
312	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»
313	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»
314	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»
315	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»
316	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»
317	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»
318	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»
319	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»
320	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»
321	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»
322	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»
323	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»
324	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»
325	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»
326	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»
327	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»
328	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»
329	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»
330	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»

331	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»
332	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»
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 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»
338	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»
339	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»
340	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»
341	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»
342	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»
343	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»
344	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»
345	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»
346	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»
347	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»
348	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»
349	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»
350	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»

351	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»
352	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»
353	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»
354	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»
355	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»
356	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»
357	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка /

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
358	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»
359	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»
360	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»
361	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»
362	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»
363	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»
364	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»
365	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»
366	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»
367	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»
368	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»
369	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»
370	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»
371	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»
372	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»
373	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»
374	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»
375	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»
376	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»
377	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»

378	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»
379	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»
380	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»
381	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»
382	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»
383	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»
384	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»
385	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»
386	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»
387	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»
388	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»
389	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»
390	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»
391	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»
392	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»
393	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»
394	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»
395	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»
396	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»
397	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»
398	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»
399	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»
400	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»
401	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»
402	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»
403	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»
404	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»

405	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»
406	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»
407	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»
408	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»
409	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»
410	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»
411	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»

412	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»
413	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»
414	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»
415	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»
416	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»
417	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»
418	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»
419	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»
420	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»
421	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»
422	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»
423	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»
424	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»
425	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»

426	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»
427	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»
428	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»
429	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»
430	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»
431	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»
432	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»
433	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»
434	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»
435	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»
436	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»
437	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»
438	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»

439	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»
440	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»
441	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»
442	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»
443	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»
444	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»
445	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»

446	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»
447	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»
448	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»
449	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»
450	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»
451	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»
452	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»
453	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»
454	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»
455	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»
456	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»
457	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»
458	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»
459	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»
460	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»
461	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»
462	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»
463	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»
464	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»
465	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»

466	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»
467	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»
468	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»
469	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»
470	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»
471	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»
472	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»
473	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»
474	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»
475	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»
476	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»
477	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»
478	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»

479	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»
480	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»
481	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»
482	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»
483	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»
484	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»
485	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»
486	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»
487	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»
488	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»
489	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»
490	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»
491	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»
492	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»

493	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»
494	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»
495	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»
496	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»
497	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»
498	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»
499	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»
500	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»
501	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»
502	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»
503	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»
504	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»
505	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»
506	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	
507	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»
508	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»
509	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»
510	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»
511	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»
512	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»
513	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»
514	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»
515	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»
516	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»
517	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»
518	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»
519	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»

520	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»
521	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»
522	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»
523	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»
524	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»
525	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»
526	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»

527	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»
528	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»
529	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»
530	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»
531	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»
532	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»
533	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные

	корректные аргументы, используемые при выборе ответа	случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
534	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»
535	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»
536	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»
537	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»
538	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»
539	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»
540	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»
541	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»
542	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»
543	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»
544	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»
545	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»
546	Задание комбинированного типа с выбором нескольких вариантов ответа из предложенных с обоснованием выбора ответов считается верным, если правильно указаны цифры и приведены	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка / неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные

	корректные аргументы, используемые при выборе ответа	случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
547	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»
548	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»
549	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»
550	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»
551	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»
552	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»
553	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»
554	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»
555	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»
556	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»
557	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»
558	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»
559	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»
560	Задание открытого типа с развернутым ответом считается	Полное совпадение с верным ответом оценивается 2 баллами; если допущена одна ошибка /

	верным, если ответ совпадает с эталонным по содержанию и полноте	неточность / ответ правильный, но не полный – 1 балл; остальные случаи — 0 баллов. Либо указывается «верно»/«неверно»
561	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»
562	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»
563	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	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Ручка, бумага, калькулятор
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	Ручка, бумага, калькулятор
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Ручка, бумага, калькулятор
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	Ручка, бумага, калькулятор
УК-5	Способен воспринимать межкультурное разнообразие общества в социально-историческом, этическом и философском контекстах	Ручка, бумага, калькулятор
УК-6	Способен управлять своим временем, выстраивать и реализовывать траекторию саморазвития на основе принципов образования в течение всей жизни	Ручка, бумага, калькулятор
УК-7	Способен поддерживать должный уровень физической подготовленности для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности	Ручка, бумага, калькулятор
УК-8	Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов	Ручка, бумага, калькулятор
УК-9	Способен использовать базовые дефектологические знания в	Ручка, бумага, калькулятор

	социальной и профессиональной сферах	
УК-10	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	Ручка, бумага, калькулятор
УК-11	Способен формировать нетерпимое отношение к коррупционному поведению	Ручка, бумага, калькулятор
ОПК-1	Способен решать профессиональные задачи на основе знания (на промежуточном уровне) экономической, организационной и управленческой теории	Ручка, бумага, калькулятор
ОПК-2	Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	Ручка, бумага, калькулятор
ОПК-3	Способен разрабатывать обоснованные организационно-управленческие решения с учетом их социальной значимости, содействовать их реализации в условиях сложной и динамичной среды и оценивать их последствия	Ручка, бумага, калькулятор
ОПК-4	Способен выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать бизнес-планы создания и развития новых направлений деятельности и организаций	Ручка, бумага, калькулятор
ОПК-5	Способен использовать при решении профессиональных задач современные информационные технологии и программные средства, включая управление крупными массивами данных и их интеллектуальный анализ	Ручка, бумага, калькулятор
ОПК-6	Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-1	Способен организовать и участвовать в проведении маркетинговых исследований	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-2	Способен участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию	Ручка, бумага, калькулятор

ПК-3	Способен организовывать работу по продвижению в сети «Интернет»	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-4	Способен организовать и проводить оперативный анализ и прогнозирование товарных рынков и рынков факторов производства	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-5	Способен планировать, организовывать и контролировать деятельность подразделения в соответствии со стратегическими целями организации	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-6	Способность проведения количественного и качественного анализа информации при принятии управленческих решений, построения экономических, и организационно-управленческих моделей путем их адаптации к конкретным задачам управления	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-7	Способен оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-8	Владеть методами и программными средствами обработки информации, способностью взаимодействовать со службами информационных технологий и эффективно использовать корпоративные информационные системы	Ручка, бумага, калькулятор
ПК-9	Владеет маркетинговыми технологиями управления и особенностями их применения в промышленном маркетинге, в международном маркетинге, маркетинге услуг, маркетинге некоммерческих организаций, в прямом маркетинге, в интернет-маркетинге	Ручка, бумага, калькулятор

9. Ключи к оцениванию

№ задания	Верный ответ	Критерии
1	Ответ: БВ Обоснование выбора: Закон онтогенеза (преобразования) гласит, что любая система проходит последовательные этапы развития: возникновение, рост, зрелость, упадок и гибель. Этот закон отражает цикличность изменений и необходимость адаптации системы к внутренним и внешним условиям для продления её жизненного цикла. Закон информированности-упорядоченности утверждает, что чем больше информации имеет система и чем лучше она организована, тем выше её устойчивость и эффективность. Упорядоченность информации снижает энтропию (хаос) и способствует оптимальному управлению ресурсами. Оба закона подчёркивают важность адаптации и организации в развитии систем.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
2	А3Б5В1Г6Д4	1 балл – полное правильное соответствие; 0 баллов – остальные случаи
3	Ответ: БВ Обоснование выбора: Б. Запуск краудфандинг-кампании позволяет протестировать спрос и собрать предзаказы до начала производства, создает инфополе вокруг продукта (медиаосвещение, соцсети). Собранные средства — доказательство жизнеспособности идеи для инвесторов. Данные о первых покупателях помогают уточнить портрет ЦА. В. Расчет ROI показывает инвесторам потенциальную доходность. Точка безубыточности определяет минимальный объем продаж для выживания бизнеса. Финансовые показатели влияют на ценовую стратегию и бюджет продвижения.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
4	Ответ: АВГЕ Обоснование выбора:	2 балла – полное правильное соответствие;

	А. Корпоративный уровень охватывает стратегические решения, касающиеся общей направленности всей компании, включая выбор отраслей и сфер бизнеса, в которых компания будет работать, а также стратегии по расширению, сокращению или диверсификации бизнеса. Корпоративные стратегии формируют фундамент для всех остальных уровней. В. На деловом уровне разрабатываются стратегии для конкретных бизнес-единиц (дивизионов), которые определяют, как добиться конкурентных преимуществ в выбранных отраслях. Здесь важно учитывать рыночную позицию компании, ее цели и подходы к конкуренции. Г. Функциональный уровень включает стратегии, которые разрабатываются для конкретных функций внутри бизнес-единицы, таких как маркетинг, финансы, управление персоналом и т.д. Функциональные стратегии должны поддерживать и соответствовать деловым стратегиям, обеспечивая их реализацию через специальные тактики и действия. Е. Операционный уровень касается непосредственно реализации процессов и повседневных операций, которые поддерживают функционирование всей организации. Операционные стратегии разрабатываются для оптимизации ресурсов, повышения эффективности и улучшения качества товаров и услуг. Уровни «тактический» и «общий» не являются отдельными стратегическими уровнями в данной пирамиде и не отражают основной иерархии в контексте стратегии компании.	1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
5	Ответ: ВГ Обоснование выбора: В. Модель 5 сил Портера позволяет провести детальный анализ конкурентной среды, выявив ключевые угрозы и возможности на новом рынке. Это поможет компании понять, насколько сильны существующие конкуренты и какие барьеры могут помешать успешному выходу. Г. SWOT-анализ даст целостное представление о сильных и слабых сторонах компании, а также о возможностях и угрозах внешней среды. Это позволит сбалансировать стратегию выхода с учётом внутренних ресурсов и внешних факторов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

6	Ответ: АБВ Обоснование выбора: А. Линейное программирование: это метод оптимизации, который используется для нахождения оптимального решения в условиях ограничений. Применяется в различных областях, включая управление запасами, планирование производства и распределение ресурсов. Б. Теория игр: этот метод используется для анализа ситуаций, где участвуют два или более игроков с противоположными интересами. Теория игр помогает принимать решения в условиях неопределенности и конкуренции. В. Имитационное моделирование: позволяет создавать модели реальных процессов или систем и проводить эксперименты с ними для оценки возможных исходов. Используется для прогнозирования поведения сложных систем.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
7	Ответ: АВГ Обоснование выбора: А. Коэффициент рождаемости показывает число родившихся на 1000 человек населения В. Коэффициент смертности показывает число умерших на 1000 человек населения. Г. Коэффициент естественного прироста определяется как разность между коэффициентами рождаемости и смертности	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
8	1. Себестоимость единицы продукции рассчитывается как сумма переменных затрат и доли постоянных затрат на единицу продукции. Переменные затраты на единицу продукции: 10000 млн. ден. ед. / 9600 единиц = 1,04167 млн. ден. ед. (округляем до 5 знаков после запятой). Постоянные затраты на единицу продукции: 14000 млн. ден. ед. / 8000 единиц = 1,75 млн. ден. ед. Общая себестоимость единицы продукции: 1,04167 + 1,75 = 2,79167 млн. ден. ед. 2. Избыточно поглощенные затраты возникают, когда фактический объем производства превышает нормальную производственную мощность. Разница между фактическим и нормальным объемом: 9600 - 8000 = 1600 единиц.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Постоянные затраты, которые не были покрыты: 14000 млн. ден. ед. (так как они фиксированы и не зависят от объема производства). Избыточно поглощенные затраты: 14000 млн. ден. ед. - (1600 единиц * 1,75 млн. ден. ед.) = 14000 - 2800 = 11200 млн. ден. ед. Таким образом, себестоимость единицы продукции: 2,79167 млн. ден. ед., сумма избыточно поглощенных затрат: 11200 млн. ден. ед.	
9	13524	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
10	А5Б1В4Г6Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
11	3415267	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
12	1. При формулировании стратегических целей важно учитывать следующие факторы: - анализ текущих трендов на рынке органической косметики и потребительских предпочтений; - конкуренцию и позиции других брендов на рынке; - ресурсы компании, как финансовые, так и человеческие, для реализации поставленных целей. 2. Основную цель можно декомпозировать на следующие подцели: - провести исследование целевой аудитории и определить предпочтения потребителей в продукте – это позволит адаптировать продукт под запросы рынка. - разработать маркетинговую стратегию с акцентом на цифровые каналы, такие как социальные сети и контент-маркетинг, для охвата целевой аудитории. - установить партнерские отношения с органическими магазинами и салонами для распространения продукции и увеличения видимости продукта. 3. Для реализации подцелей и достижения общей стратегической цели	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

	можно использовать следующий план: 1) Создание рабочей группы, ответственной за каждую подцель, и назначение лидеров для обеспечения выполнения поставленных задач. 2) Разработка четкого временного плана и ключевых показателей эффективности (KPI) для каждой подцели, чтобы отслеживать прогресс и изменять стратегию, если это необходимо. 3) Регулярное проведение совещаний с командой для обсуждения достижений и возникающих препятствий, корректировка плана действий в зависимости от обратной связи и анализ результатов. 4) Использование маркетингового анализа и отзывов клиентов для внесения изменений в продукт и стратегию на основе потребностей рынка и реакции целевой аудитории.	
13	23451	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
14	1. Источники информации: Первичные: опросы, интервью, фокус-группы для получения актуальных данных о потребителях. Вторичные: отчеты аналитиков, статистические данные, исследования отрасли, публикации в СМИ и интернет-ресурсы, такие как исследования консалтинговых компаний. 2. Источники информации целесообразно ранжировать по следующим критериям: актуальность, достоверность (точность), надежность (достоверность), полнота, объективность (беспристрастность), специфичность (направленность на специфику деятельности исследуемой компании), доступность.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
15	Для анализа рыночной среды предлагаю использовать Pestel-анализ и модель пяти сил Портера, которые позволят комплексно оценить внешние и конкурентные факторы. 1. PESTEL-анализ: политические факторы - возможные государственные субсидии или ограничения на импорт зарубежной электроники, влияющие на конкурентоспособность компании;	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	экономические факторы - рост инфляции и колебания цен на комплектующие могут сказываться на себестоимости продукции; социальные факторы - изменение потребительских предпочтений в сторону умных устройств, а также рост экологической сознательности (спрос на энергосберегающую технику); технологические факторы - активное развитие IoT, голосовых технологий, внедрение ИИ в бытовую технику; экологические факторы - ужесточение требований к энергоэффективности, давление со стороны регуляторов и экотрендов; правовые факторы - защита данных пользователей, авторские права на программное обеспечение умных устройств. 2. Анализ по модели пяти сил Портера: конкуренция в отрасли - высокая (конкуренты активно инвестируют в технологии); угроза новых игроков - средняя (входной барьер высокий, но стартапы с инновациями могут менять рынок); угроза заменителей - высокая (появление новых типов техники с ИИ и автоматизацией); сила поставщиков - средняя (зависимость от поставщиков комплектующих, но есть возможность локализации производства); сила покупателей - высокая (клиенты сравнивают цены и функционал, выбирая инновационные продукты). 3. Стратегические решения: инвестиции в R&D – создание линейки умной бытовой техники с IoT; партнерство с IT-компаниями – для интеграции голосовых ассистентов; позиционирование бренда – усиление маркетинга с упором на новые технологии; расширение рынка – выход на новые регионы с высоким спросом; оптимизация производства – снижение издержек за счет локализации комплектующих; Компания может усилить свои позиции за счет инноваций, расширения рынка и партнерств. Ключевая угроза – технологическое отставание, требующее быстрого реагирования.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

16	1. Среднеквартальная стоимость оборотных средств предприятия составит: (46:2 + 48 + 36 + 36:2) : 3 = 41,7 тыс.руб 2. Коэффициент оборачиваемости оборотных средств составит: 636 : 41,7 = 15,25 Вывод. Каждый рубль, вложенный в оборотные средства предприятия, за квартал совершил 15,25 оборота.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
17	1. Цели, которые могут быть приняты руководством спорткомплекса: 1.1. Увеличение посещаемости и привлечение новых клиентов: обеспечение устойчивого роста клиентской базы за счет маркетинговых кампаний, программ лояльности и расширения спектра услуг. 1.2. Повышение рентабельности: оптимизация затрат, пересмотр ценовой политики и поиск новых источников дохода (например, спонсорство, продажа спортивной атрибутики). 1.3. Улучшение качества услуг: внедрение современных методик тренировок, обновление оборудования и повышение квалификации персонала. 1.4. Повышение узнаваемости бренда и укрепление имиджа: участие в социальных проектах, организация спортивных мероприятий и активное присутствие в онлайн-пространстве. 1.5. Оптимизация использования ресурсов: эффективное распределение помещений, рациональное использование энергии и сокращение отходов. 2. Общими проблемами являются ограниченность ресурсов, конкуренция, изменение потребительских предпочтений, необходимость постоянного развития и адаптации. Эти проблемы формируют потребность в информации о финансовых показателях, удовлетворенности клиентов, эффективности маркетинговых усилий и тенденциях рынка. 3. Изменение внешней среды, например, появление новых фитнес-центров с более современным оборудованием, может потребовать пересмотра цели по улучшению качества услуг. Руководство может принять решение об инвестировании в новое оборудование или расширении спектра предлагаемых услуг, чтобы сохранить конкурентоспособность	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
18	А6Б4В3Г5Д2	1б — полное правильное соответствие;

		0 б — остальные случаи
19	А3Б1В5Г2Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
20	А2Б3В5Г1Д4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
21	1. К основным этапам проведения анализа конкурентов можно отнести: 1) определение проблемы, постановка цели маркетингового исследования. Нужно выяснить, для чего проводится анализ и на что он повлияет. 2) определение списка конкурентов, сбор информации о них. Необходимо изучить продуктовую линейку и характеристики продуктов, долю рынка, ценовую политику, стратегию продвижения, позиционирование бренда, тональность коммуникации, отзывы клиентов. Для поиска можно использовать отзовики, официальный сайт, соцсети, СМИ, опросы целевой аудитории. 3) анализ собранной информации. Нужно выделить сильные и слабые стороны компаний с аналогичным продуктом. 4) сравнение с собственной компанией. Необходимо выявить возможности для улучшения продукта. В качестве графического метода представления результатов анализа конкурентов используется конкурентная карта. Для этого строится график, где по горизонтальной оси будет доля рынка конкурентов, по вертикальной - темп роста продаж. Точками на графике отмечается каждый конкурент.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
22	Найдем эластичность функции по формуле $Э_x(у) = \frac{x_0}{y(x_0)} \cdot y'(x_0)$ при $x_0 = 100$. 1. $y'(x) = -0{,}5$. $Э_x(у) = \frac{-0{,}5x}{-0{,}5x+60} = \frac{x}{x-120}$, 2. $Э_{x=100}(у) = \frac{100}{-20} = -5$.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи

	Коэффициент эластичности показывает, что при увеличении среднего значения объема продукции на 1% среднее значение себестоимости продукции уменьшится на 5%.	
23	1. Для анализа конкурентной среды следует использовать несколько источников информации. Во-первых, это фокус-группы и опросы потребителей, которые позволят выявить предпочтения целевой аудитории и их восприятие существующих предложений на рынке. Во-вторых, необходимо исследовать вторичные источники, такие как отраслевые отчеты, сайты предприятий-конкурентов, публикации в специализированных журналах и статистические данные, чтобы понять тренды на рынке умных устройств. 2. Ключевые аспекты, которые необходимо учитывать при анализе конкурентной среды, включают в себя: - характеристики основных конкурентов (их слабые и сильные стороны) и их товарные предложения, ценовую политику; - уникальные торговые предложения конкурентов и их маркетинговые стратегии; - обратную связь от пользователей существующих товаров через отзывы на интернет-платформах (маркетплейсах) или специализированные форумы. 3. Бенчмаркинг является целесообразным инструментом для анализа конкурентной среды. Одним из основных преимуществ бенчмаркинга является его способность выявлять лучшие практики в отрасли. Анализируя, как успешные компании достигают своих целей, организация может перенять успешные подходы и адаптировать их под свои нужды. Это позволяет не только узнать свои слабые и сильные стороны, но и улучшить процессы, повысить качество продуктов и услуг, генерировать новые идеи для продуктов или услуг, основанные на успешном опыте других компаний.	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
24	1. Для принятия обоснованного решения необходимо использовать несколько типов источников: открытые аналитические отчёты – помогут оценить рынок электротранспорта, его ёмкость, динамику и прогнозы; регуляторные документы ЕС (Европейская комиссия, национальные экологические агентства) – позволят изучить экологические требования и сертификационные стандарты;	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	конкурентный анализ (отчёты компаний, данные из новостных источников, сайты конкурентов) – поможет определить стратегию рыночных игроков и их преимущества; опросы потребителей и исследования рынка – дадут представление о предпочтениях клиентов; финансовые и экономические показатели (Центральные банки, отчёты по ВВП) – позволят оценить платёжеспособность целевой аудитории. 2. Для системного анализа целесообразно использовать смешанный подход: PESTEL-анализ – для оценки политических, экономических, социальных и технологических факторов рынка; SWOT-анализ – для выявления сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз на рынке; конкурентный бенчмаркинг – сравнение бизнес-моделей, ценовых стратегий и маркетинговых подходов конкурентов; модель пяти сил Портера – для анализа конкурентной среды и ключевых факторов влияния. 3. На основе анализа можно предложить несколько стратегических решений: выбор оптимального рынка – ориентироваться на страны с высокой покупательной способностью и благоприятными регуляторными условиями (например, Германия, Нидерланды); создание стратегического партнерства – сотрудничество с локальными ритейлерами, платформами проката и городскими администрациями; дифференциация продукта – внедрение уникальных функций (например, интеграция с IoT, улучшенная автономность, экологически чистые материалы); гибкость ценообразования – адаптация цены под локальные условия, программы лояльности; локализация производства – создание сборочных мощностей в Европе для снижения издержек и упрощения логистики. Использование системного поиска информации, критического анализа данных и стратегического подхода позволит принять обоснованное решение о выходе на рынок Европы. Оптимальная стратегия включает выбор страны с наибольшим потенциалом, создание партнерств, улучшение конкурентных преимуществ и адаптацию ценовой политики.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

25	Шаг 1: Определение типов информационных запросов: 1. Анализ конкурентов. 2. Исследование целевой аудитории. 3. Технологические тренды. 4. Экономические показатели. 5. Регуляторная среда. 6. Маркетинговые исследования. Шаг 2: Для каждого типа информационного запроса будут использоваться различные источники информации, это обусловлено необходимостью обеспечения полноты и достоверности данных: 1. Для анализа конкурентов важно учитывать официальные данные компаний и независимые аналитические отчеты **(**официальные сайты компаний-конкурентов; отчеты аналитических агентств; публикации в отраслевых СМИ и т.д.). 2. Исследование целевой аудитории требует привлечения социологических и статистических данных, чтобы точно определить потребности и предпочтения потенциальных клиентов **(**данные социологических исследований; статистические данные государственных органов (Росстат); результаты маркетинговых опросов и т.д.). 3. Технологические тренды отслеживаются через научные публикации и конференции, поскольку они отражают последние достижения в области разработок (научные публикации и патенты; доклады и презентации на конференциях и выставках и т.д.). 4. Экономические показатели необходимы для понимания ситуации на рынке и прогнозирования будущих изменений (годовые отчеты компаний; аналитика от консалтинговых фирм; экономические обзоры центральных банков и международных организаций). 5. Регуляторная среда важна для соблюдения всех правовых норм и стандартов качества (нормативные правовые акты; сертификационные органы и стандарты качества.). 6. Маркетинговые исследования позволяют оценить эффективность различных каналов коммуникации и выявить наиболее подходящие методы	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

	продвижения продукта **(**внутренние данные компании; платформы для проведения онлайн-опросов; маркетинговые агентства). Шаг 3: План поиска информации включает следующие этапы: 1. Определение целей и задач исследования. 2. Сбор первичной информации. 3. Обработка данных. 4.. Интерпретация результатов. 5. Подготовка отчета.	
26	Ответ: АБВ Обоснование выбора: А.Коэффициент выбытия показывает, какая доля основных средств выбыла за отчётный период из-за морального или физического износа, в результате продажи или стихийных бедствий. Б.Коэффициент обновления отражает удельный вес новых (введённых за год) основных фондов в их общем объёме. В.Коэффициент интенсивности обновления характеризует скорость оборачиваемости основных средств, то есть то, как быстро они заменяются.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
27	1. Расчет отклонений 1.1. Отклонение по объему продаж: Фактический объем - Плановый объем = 120 000 единиц - 100 000 единиц = 20 000 единиц. 1.2. Отклонение по средней цене: Фактическая цена - Плановая цена = 22 доллара США - 20 долларов США = 2 доллара США. 1.3. Отклонение по маркетинговым расходам: Фактические расходы - Плановые расходы = 60 000 долларов США - 50 000 долларов США = 10 000 долларов США. 2. Оценка эффективности маркетинговой кампании Доля рынка компании увеличилась с 8,33% (100 000/1 200 000) до 10% (120 000/1 200 000), что соответствует цели. 3. Рекомендации: 3.1. Уточнить целевую аудиторию: успех кампании в социальных сетях и партнерстве с местными магазинами говорит о том, что целевая аудитория	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

	правильно определена. Однако стоит продолжить анализ поведения потребителей для более точного нацеливания. 3.2. Оптимизировать маркетинговые каналы: поскольку фактические расходы превысили плановые, стоит проанализировать эффективность каждого маркетингового канала и оптимизировать их использование для снижения затрат. 3.3. Мониторинг конкуренции: увеличение доли рынка может быть связано с изменениями на рынке. Следует постоянно отслеживать стратегии конкурентов и корректировать свою стратегию соответственно.	
28	А4Б3В2Г5Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
29	Ответ: В Обоснование выбора: Проверка согласования информации с другими источниками является важным шагом в оценке ее достоверности. Если данные подтверждаются несколькими надежными источниками, это увеличивает их правдоподобие и снижает риск распространения ложной информации. Проверка даты публикации, количество просмотров, автор и выявленный плагиат не дает оценки достоверности информации.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
30	1. Для поиска информации о потребительских предпочтениях и существующих предложениях на рынке можно использовать различные источники и методы, например: анализ вторичных данных (изучение информации из открытых источников: данных Росстата, отчётов аналитических центров и рейтинговых агентств, ранее выполненных анализов рынка), проведение опроса (непосредственное анкетирование респондентов), наблюдение (можно использовать площадки, на которых целевая аудитория ведёт себя естественно, например, форумы по интересам в интернете. Из подобных обсуждений можно понять, насколько активно потребители пользуются продуктом, при каких обстоятельствах они его приобретают); анализ информации на сайтах конкурентов (можно открыть сайт компании, работающей в аналогичном сегменте, выбрать интересующую категорию продукции и изучить её с помощью встроенных фильтров).	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	2. Наиболее эффективный метод поиска информации о потребительских предпочтениях – опрос. Он позволяет напрямую услышать мнения и предпочтения целевой аудитории. Это даёт возможность узнать, что действительно важно для клиентов, а не делать предположения на основе косвенных данных.	
31	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Этот ответ наилучшим образом отражает умение обрабатывать информацию, отличая факты от мнений, интерпретаций и оценок. Сравнение нескольких источников информации позволяет увидеть различные точки зрения и данные, что помогает сформировать объективное мнение, основанное на фактах. Это умение важно для принятия обоснованных решений и формирования собственных суждений.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
32	1. Анализ рисков: Инвестор А: Риск 1: ускоренные сроки могут привести к снижению качества приложения. Риск 2: сокращение функционала может снизить конкурентоспособность на рынке. Риск 3: увеличенные затраты на исправление ошибок после скорого запуска. Инвестор Б: Риск 1: недостаток инвестиций может замедлить разработки и вывести проект на рынок позже. Риск 2: возможно отсутствие интереса на рынке, если конкурент уже запустил аналогичный продукт. 2. Минимизация рисков: Для А: Внедрение гибкой системы управления проектами для быстрой адаптации к изменениям в работе с новыми вводными в разработке. Проведение дополнительных тестирований и фокус-групп для обеспечения качества. Для 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; 0 баллов – остальные случаи

	Поиск дополнительных источников финансирования (гранты, краудфандинг- финансирование по схеме «с мира по нитке» через онлайн-платформы). Постоянная работа с клиентами на обратной связи (фидбек) и улучшение приложения в процессе работы. 3. Решение: Выбираем инвестора Б. Хотя он предлагает меньшую сумму, но зато будет больше времени на доработку приложения, что позволит минимизировать риски, связанные с качеством конечного продукта и его функционалом. Это обеспечит большую вероятность успешного выхода на рынок и получения положительных отзывов от пользователей. Создание качественного приложения с всеми необходимыми функциями создаст долгосрочные преимущества и увеличит возможности для привлечения пользователей.	
33	Эффективность использования основных производственных фондов характеризует такой показатель, как фондотдача. В базисном периоде фондоотдача составит: 300 : 150 = 2 руб / руб. В отчетном периоде фондоотдача составит: 400 : 185 = 2,16 руб / руб Общий прирост объёма продукции составит: 400 – 300 = 100 млн. руб. в том числе: - за счёт дополнительного привлечения основных производственных фондов: (180 – 150) * 2 = 70 млн.руб. - за счёт эффективности использования основных производственных фондов (фондоотдачи): (2,16 – 2) * 185 = 29,6 млн.руб. Проверка: 70+29,6 = 99,6≈100 млн. руб. Вывод. Объем товарной продукции увеличился на 100 млн. руб. Это произошло на 70 млн. руб. за счёт дополнительного привлечения основных производственных фондов и на 30 млн. руб. за счёт более эффективного их	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

	использования.	
34	1. План действий по реагированию на кризис утечки данных в компании 1.1. Оценка ситуации и определение фактов - Факты: обвинения в утечке данных клиентов; распространение негативной информации в социальных сетях и СМИ; наличие скриншотов и заявлений анонимных источников; часть информации подтверждена независимыми экспертами. - Мнения и интерпретации: субъективные оценки и эмоциональные реакции в социальных сетях; заявления анонимных источников, которые могут быть не подтвержденными. 1.2. Немедленные действия - Оповещение заинтересованных сторон: информирование клиентов, партнеров и сотрудников о ситуации и мерах, принимаемых для ее решения. - Изоляция источника утечки: немедленное отключение систем, через которые могла произойти утечка, для предотвращения дальнейшего распространения данных. - Внутреннее расследование: назначение команды для расследования инцидента и определения причин утечки. 1.3. Коммуникационная стратегия - Честность и прозрачность: официальное заявление руководства компании о ситуации и мерах по ее устранению. - Пресс-релизы и интервью: предоставление точной информации СМИ для предотвращения спекуляций. - Социальные сети: активное взаимодействие с аудиторией для ответов на вопросы и смягчения негативных настроений. 1.4. Восстановление доверия - Обновление систем безопасности: усиление мер защиты данных, обновление паролей и шифрования. - Обучение сотрудников: повышение квалификации персонала в области кибербезопасности для предотвращения подобных инцидентов. - Мониторинг репутации: постоянный анализ онлайн-репутации для оперативного реагирования на негативные комментарии. 1.5. Анализ и выводы	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

	- Причины кризиса: недостаточная безопасность данных, возможные внутренние уязвимости или действия злоумышленников. - Стратегия реагирования: быстрая реакция, прозрачность и комплексные меры по восстановлению доверия. - Потенциальные риски: утрата клиентов, репутационные потери. - Возможности: укрепление доверия через открытость и эффективные меры по предотвращению подобных инцидентов. 1.6. Обновление планов реагирования на кризисы - Регулярные тренировки: проведение учений для проверки эффективности плана и подготовки сотрудников. - Анализ прошлых инцидентов: изучение ошибок и недочетов для улучшения плана реагирования	
35	Ответ: В Обоснование выбора: В. Маркетинг, по своей сути, ориентирован на понимание и удовлетворение потребностей целевой аудитории. Эффективный маркетинг не просто продает продукт или услугу, а создает ценность для потребителя, решая его проблемы или удовлетворяя желания. При этом, важно, чтобы компания получала прибыль от своей деятельности.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
36	Ответ: В Обоснование выбора: Фактом является объективное утверждение, которое можно проверить и подтвердить с помощью данных. В данном случае, рост продаж на 15% – это измеримый показатель, который можно проверить, изучив отчеты о продажах за прошлый квартал. Остальные варианты содержат элементы мнений, интерпретаций и оценок.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
37	1. Ключевые факторы при разработке стратегии ребрендинга: Изучение целевой аудитории и конкурентов: Обоснование: Без глубокого понимания потребностей и ожиданий целевой аудитории, а также анализа действий конкурентов, ребрендинг может оказаться неэффективным и даже ухудшить ситуацию. Важно выяснить, какие изменения ценят клиенты, какие тренды существуют на рынке, и как «Уютный уголок» может выделиться среди конкурентов.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	Сохранение ключевых ценностей и элементов бренда: Обоснование: Полный отказ от прошлого может оттолкнуть лояльных клиентов, которые ценят «Уютный уголок» за его атмосферу и качество. Важно сохранить то, что делает кофейню уникальной, и адаптировать это к новым потребностям рынка. Четкая коммуникационная стратегия: Обоснование: Успех ребрендинга напрямую зависит от того, как он будет представлен целевой аудитории. Необходимо разработать четкую и понятную коммуникационную стратегию, которая расскажет о новых ценностях, преимуществах и изменениях, произошедших в кофейне. Важно использовать различные каналы коммуникации (социальные сети, реклама, PR) и взаимодействовать с клиентами, чтобы получить обратную связь. 2. Конкретные изменения для ребрендинга: Внедрение мобильного приложения для заказа и программы лояльности: Обоснование: Это позволит удовлетворить потребность целевой аудитории в скорости и удобстве. Мобильное приложение упростит процесс заказа, позволит накапливать бонусы и получать персональные предложения, что повысит лояльность клиентов и увеличит частоту посещений. Обновление меню с добавлением современных и здоровых опций: Обоснование: Добавление новых видов кофе (альтернативные методы заваривания, specialty coffee), веганских десертов, здоровых перекусов и сезонных предложений позволит привлечь более широкую аудиторию и удовлетворить запросы клиентов, следящих за своим здоровьем. Реконструкция интерьера с акцентом на современный дизайн и функциональность: Обоснование: Обновление интерьера с использованием современных материалов, удобной мебели, Wi-Fi и розеток для работы создаст привлекательное пространство для целевой аудитории. Важно создать атмосферу, сочетающую в себе уют и современность, а также предоставляющую возможности для работы и отдыха. 3. Возможные риски: Потеря лояльных клиентов. Неправильно проведенный ребрендинг может оттолкнуть текущих клиентов, которые ценят «Уютный уголок» за его прежнюю атмосферу.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Высокие затраты могут не окупиться. Ребрендинг требует значительных финансовых вложений в разработку новой стратегии, обновление интерьера, маркетинговые кампании и т.д. Неприятие нового имиджа. Если ребрендинг будет проведен неудачно, целевая аудитория может не принять новый имидж кофейни, что приведет к снижению выручки и ухудшению репутации.	
38	1. Инвестиции в модернизацию оборудования могут быть оправданными, если текущее оборудование действительно устарело и не способно производить продукцию надлежащего качества. Однако перед принятием решения стоит провести всесторонний анализ, чтобы убедиться, что именно оборудование является причиной проблем с качеством. 2. Краткосрочная мера: внедрение системы контроля качества на ключевых этапах производства для немедленного выявления и устранения проблем с качеством. Среднесрочная мера: модернизация основного оборудования, влияющего на качество продукции, с акцентом на энергоэффективность и снижение процента брака. Долгосрочная мера: пересмотр кадровой политики и регулярное повышение квалификации сотрудников для постоянного улучшения качества и производительности. Такой подход позволит оперативно отреагировать на проблему, одновременно закладывая фундамент для долгосрочного улучшения качества продукции и конкурентоспособности компании.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
39	Найдем кратчайшее расстояние от точки (4;3) до трех прямых, которыми ограничен лес: 1. Вычислим расстояния от туриста до каждой из дорог: $$d_1 = \frac{\lvert 1 \cdot 4 - 1 \cdot 3 - 6 \rvert}{\sqrt{1^2 + 1^2}} = \frac{\lvert 4 - 3 - 6 \rvert}{\sqrt{2}} = \frac{5}{\sqrt{2}} \approx 3{,}57.$$ $$d_2 = \frac{\lvert 1 \cdot 4 + 1 \cdot 3 - 1 \rvert}{\sqrt{1^2 + 1^2}} = \frac{\lvert 4 + 3 - 1 \rvert}{\sqrt{2}} = \frac{6}{\sqrt{2}} \approx 4{,}29.$$ $$d_3 = 4.$$	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи

	Сравнив полученные расстояния, делаем вывод, что расстояние до дороги $y = x - 6$ является наименьшим.	
40	1. Срок окупаемости, рентабельность инвестиций (ROI), уровень риска, потенциал масштабирования. Для данного кейса ключевой критерий — баланс между бюджетом и устойчивостью бизнеса. 2. Оптимален аутсорсинг производства – снижает риски и затраты, но требует контроля качества партнеров. Краудфандинг перспективен, но рискован без подготовки. Партнерство с переработчиками снижает капитальные затраты и риски, но требует тщательного аудита поставщиков. Альтернатива – краудфандинг, если команда готова к масштабной маркетинговой работе. 3. Нужны: данные о спросе (предзаказы), надежности поставщиков, успешном опыте краудфандинга в нише. Результаты тестирования спроса (например, предзаказы от местных бизнесов); анализ надежности поставщиков оборудования/сырья; опыт аналогичных стартапов в краудфандинге	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	1. Стратегия развития интернет-магазина. Достоинства: Снижение затрат на аренду, персонал; охват широкой аудитории; автоматизация процессов, аналитика данных Недостатки: Высокая конкуренция в онлайн-среде; необходимость крупных вложений в ИТ-инфраструктуру и маркетинг; потеря части клиентов, предпочитающих онлайн-покупки. 2. Оптимизация офлайн-формата Достоинства: Снижение операционных расходов; возможность тестирования концепции «магазин-склад»; повышение качества обслуживания за счет сосредоточения на ключевых точках Недостатки: Возможное снижение продаж из-за закрытия магазинов; ограниченный охват аудитории; трудности с удержанием клиентов без сильной онлайн-стратегии. 3. Гибридная стратегия Достоинства: Гибкость и адаптация к разным типам потребителей; возможность использования омникального маркетинга; укрепление клиентской лояльности за счет персонализированных предложений	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

	Недостатки: Требует значительных инвестиций в оба направления; необходимость интеграции ИТ-систем офлайн- и онлайн-торговли; длительный период окупаемости. Оптимальным решением является гибридная стратегия, поскольку она позволяет компании использовать сильные стороны обоих форматов (онлайн и офлайн). За счет омниканального подхода можно удержать текущих клиентов и привлечь новых. Сегментация аудитории поможет предлагать персонализированные решения (например, онлайн-скидки для покупателей в магазинах). Инвестиции в цифровизацию будут постепенными, снижая нагрузку на бюджет. Выбор гибридной стратегии обеспечит конкурентное преимущество компании за счет сочетания онлайн- и офлайн-каналов, улучшенного клиентского опыта и более эффективного использования ресурсов.	
42	1. Ключевые факторы: - Для принятия эффективных решений необходимы точные и актуальные данные о затратах, объемах производства, ценах на сырье и другие показатели. - Важно наладить эффективное взаимодействие между различными подразделениями компании, чтобы избежать дублирования функций и обеспечить координацию усилий. - Использование современных технологий и подходов к управлению производством может значительно снизить затраты и повысить производительность. - Способность быстро реагировать на изменения рыночной конъюнктуры и корректировать планы позволяет минимизировать потери. - Всококвалифицированные сотрудники способны эффективно внедрять новые подходы и методы работы. 2. План действий: Проведение аудита текущих процессов: Детальное изучение всех производственных и административных процессов позволит выявить узкие места и области для улучшений. Оптимизация цепочки поставок: Переговоры с поставщиками для получения лучших условий закупок, внедрение системы Just-In-Time для сокращения запасов сырья.	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

	Автоматизация и цифровизация: Внедрение автоматизированных систем управления производством и складскими операциями для уменьшения человеческого фактора и ошибок. Повышение квалификации сотрудников: Обучение персонала новым методам работы и технологиям, что повысит производительность труда. Снижение энергозатрат: Переход на энергосберегающие технологии и оборудование, оптимизация режимов работы оборудования. Пересмотр организационной структуры: Оптимизация численности персонала и перераспределение обязанностей для устранения дублирующих функций. 3.Уменьшение себестоимости продукции. Рост рентабельности. Повышение производительность труда. Удовлетворенность сотрудников нововведениями и повышение их мотивации. Сохранение или улучшение качества продукции после внедрения изменений	
43	Рентабельность продаж (Rпр): В базисном году: R_пр = ЧП/ЧР = 60500/320000 = 0,189 или 18,9% В отчетном году: R_пр = ЧП/ЧР = 62300/360000 = 0,173 или 17,3% Динамику рентабельности продаж определяем при помощи индекса: Ir = R1/R0 = 17,3/18,9 = 0,915 или 91.5% Рентабельность активов(Rак): В базисном году: Rак = ЧП/(САсред) = 60500/160000=0,378 или 38,8% В отчетном году: R_ак=ЧП/(САсред) = 62300/190000 = 0,328 или 32,8% Динамику рентабельности активов определяем при помощи индекса: Ir = R1/R0 = 32,8/38,8 = 0,845 или 84,5% Вывод: Рентабельность продаж в отчетном периоде снизилась на 8,5%, рентабельность активов снизилась на 15,5%.	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
44	1. Ключевые показатели эффективности (KPI): Для «LearnNow» на этапе активного роста и масштабирования, рекомендуется сфокусироваться на следующих KPI:	3 балла – полный правильный ответ;

	1.1. CAC (Customer Acquisition Cost) – Стоимость привлечения клиента. Обоснование: Этот KPI показывает, сколько компания тратит на привлечение одного нового клиента. На этапе масштабирования крайне важно контролировать затраты на привлечение клиентов, чтобы обеспечить устойчивый рост и рентабельность. Информация: CAC предоставляет информацию о том, какие маркетинговые каналы наиболее эффективны с точки зрения затрат. Он позволяет выявить наиболее дорогие и наименее эффективные каналы, чтобы оптимизировать маркетинговый бюджет. Управленческие решения: - оптимизация маркетингового бюджета: перераспределение средств в пользу наиболее эффективных каналов; - улучшение таргетинга: более точное определение целевой аудитории для снижения затрат на привлечение нецелевых клиентов; - повышение конверсии: улучшение посадочных страниц и рекламных объявлений для увеличения числа клиентов, привлекаемых через каждый канал. 1.2. LTV (Lifetime Value) – Пожизненная ценность клиента. Обоснование: LTV показывает, сколько прибыли компания ожидает получить от одного клиента за все время его взаимодействия с платформой. Этот KPI важен для оценки долгосрочной рентабельности инвестиций в маркетинг. Информация: LTV позволяет оценить, насколько ценны привлеченные клиенты для компании в долгосрочной перспективе. Он помогает понять, какие сегменты клиентов наиболее прибыльны и требуют особого внимания. Управленческие решения: - разработка программ лояльности: удержание клиентов и увеличение продолжительности их взаимодействия с платформой; - персонализация обучения: предложение клиентам курсов и материалов, соответствующих их потребностям, для повышения удовлетворенности и удержания; - увеличение среднего чека: стимулирование клиентов к приобретению дополнительных курсов и услуг.	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
45	1. Достоинства:	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ;

	Таргетинг в социальных сетях позволяет охватить целевую аудиторию, интересующуюся фитнесом и здоровым образом жизни, повышая релевантность рекламного сообщения. Спонсорство укрепляет имидж бренда, ассоциируя его с активным образом жизни и здоровыми ценностями. Сотрудничество с блогерами обеспечивает доверие и аутентичность, поскольку блогеры делятся личным опытом использования продукта. 2. Недостатки: Отсутствие четких KPI: без конкретных целей сложно оценить, насколько кампания достигла желаемых результатов в увеличении продаж или узнаваемости бренда. Недостаточный анализ данных: отсутствие детального анализа метрик (например, конверсии) не позволяет понять, какие каналы были наиболее эффективными. Ограниченный охват: ориентация только на онлайн-каналы и локальные мероприятия может упустить часть целевой аудитории, не активно использующей социальные сети или проживающей в других регионах.	1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
46	Ответ: Г Обоснование выбора: Введение акционного предложения: «Купи кофе – получи бесплатный круассан» в утренние часы предлагает наиболее оптимальное соотношение затрат и потенциального эффекта для увеличения утренних продаж в кофейне, ориентированной на студентов. Он учитывает ограниченный бюджет и потребности целевой аудитории в отличие от других вариантов.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
47	1. Стратегические альтернативы для «Зеленого Сада»: 1) Стратегия проникновения на рынок, то есть увеличение доли рынка в текущем сегменте и регионе. Достоинства: минимальный риск, использование существующих ресурсов и компетенций. Недостатки: ограниченный потенциал роста в насыщенном рынке. Возможны ценовые войны с конкурентами. 2) Стратегия развития продукта: создание и вывод на рынок новых органических продуктов, расширение ассортимента.	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

	Достоинства: удовлетворение меняющихся потребностей клиентов, увеличение лояльности, возможность премиального ценообразования. Недостатки: высокие затраты на исследования и разработки, риск неудачи. 3) Стратегия развития рынка: выход на новые географические рынки или новые сегменты потребителей. Достоинства: Значительный потенциал роста, диверсификация рисков. Недостатки: Высокие затраты на выход на новые рынки, необходимость адаптации к местным условиям, усиление конкуренции. 4) Стратегия диверсификации: выход в новые, несвязанные с текущим бизнесом, отрасли. Достоинства: Максимальный потенциал роста, снижение зависимости от текущего рынка. Недостатки: Наивысший уровень риска, необходимость приобретения новых компетенций, высокие затраты. 2. В текущей ситуации, когда рынок органических продуктов становится более конкурентным, а цены на сырье растут, стратегия развития продукта является наиболее перспективной для «Зеленого Сада» по следующим причинам: Соответствие ценностям компании: «Зеленый Сад» уже зарекомендовал себя как производитель качественных и экологически чистых продуктов. Расширение ассортимента позволит компании предложить новые решения для потребителей, придерживающихся здорового образа жизни и ценящих экологичность. Укрепление конкурентных преимуществ: инновации в продуктовой линейке позволят «Зеленому Саду» выделиться на фоне конкурентов, предлагающих стандартный набор органических продуктов. Возможность премиального ценообразования: новые продукты, особенно те, которые отвечают специализированным потребностям (например, веганские продукты или продукты для детского питания), могут продаваться по более высоким ценам, что позволит компенсировать рост издержек.	

	Снижение рисков: по сравнению с выходом на новые географические рынки, развитие продукта – менее рискованная стратегия, так как компания использует существующую инфраструктуру, знания и компетенции	
48	2134657	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
49	А4Б1В5Г2Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
50	А4Б1В3Г2Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
51	1. Оценка текущего состояния корпоративной культуры (диагностика, опросы, интервью, наблюдения), выявление сильных и слабых сторон текущей культуры компании, на основании чего разрабатывается стратегия изменений с включением мероприятий по улучшению рабочей атмосферы, коммуникаций, подходов к управлению, обучению руководителей и сотрудников, внедрению механизмов обратной связи, созданию эффективной системы мотивации сотрудников. 2. Все задачи взаимосвязаны и выполняются в логической последовательности (оценка текущего состояния корпоративной культуры выступает базой для разработки стратегии изменений, обучение сотрудников связано с внедрением механизмов обратной связи, мотивация и поощрения связаны с результатами, которые будут достигнуты после обучения и внедрения изменений в корпоративной культуре). 3. Распределить задачи по уровням, конкретным срокам, ответственным лицам; для топ-менеджмента (разработка стратегии, контроль выполнения, организация мотивационных программ); для HR и отдела обучения (проведение тренингов, работа с обратной связью); для сотрудников (участие в обучении, предоставление обратной связи, активное вовлечение в улучшение корпоративной культуры)	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

52	1. Факторы для оценки: изменение требований со стороны заказчика, непредвиденные обстоятельства (например, задержки поставок), неправильная оценка времени и ресурсов на этапе планирования. 2. Анализ причин: Проведение анализа рисков и выявление, какие риски не были учтены. Оценка работы команды и выявление возможных недостатков в управлении. 3. Возможные действия: пересмотр бюджета и сроков с учетом новых данных, внедрение более строгого контроля за расходами и сроками.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
53	1. Для выполнения задания необходимо решить следующие задачи: Провести анализ текущей маркетинговой стратегии компании «ТехноМаркет». Это позволит выявить слабые места и определить направления для оптимизации. Исследовать современные цифровые технологии и их применение в маркетинге. Без понимания актуальных трендов невозможно предложить эффективные решения. Провести анализ конкурентов, использующих цифровые технологии. Это поможет выявить лучшие практики и адаптировать их для компании «ТехноМаркет». Разработать рекомендации по интеграции цифровых технологий в маркетинговую стратегию. Это ключевая задача, так как она напрямую связана с целью работы. Оценить возможные риски и ограничения при внедрении предложенных изменений. Это важно для обеспечения реалистичности и выполнимости рекомендаций.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
54	Ответ: В Обоснование выбора: В. Данная задача является ключевой, так как без анализа рынка, конкурентов и спроса невозможно разработать эффективную стратегию продвижения. Остальные задачи важны, но носят вспомогательный характер и не являются основными для достижения поставленной цели.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
55	Ответ: АД Обоснование выбора:	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ;

	А. Запуск интернет-магазина позволяет выйти на всю Россию без увеличения производственных мощностей. Рост продаж за счет онлайн-аудитории, снижение зависимости от локальных продаж, укладывается в бюджет, быстро окупается (срок — 8–12 месяцев). Д. Выход на B2B-рынок обеспечит освоение нового сегмента с высокой маржинальностью, стабильные заказы от бизнеса; синергия с экобрендами (совместные проекты), минимальные затраты.	1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
56	Ответ: АД Обоснование выбора: А. Стратегия нишевого маркетинга позволит компании «ЭкоФуд» выделиться среди конкурентов, сосредоточившись на специфической аудитории – потребителях, заинтересованных в экологически чистых продуктах. Такой подход поможет минимизировать влияние конкурентов и сформировать лояльную базу клиентов. Д. Стратегия совместного предприятия с локальным партнёром снизит барьеры выхода на рынок, поможет быстрее пройти процесс сертификации и адаптироваться к местным потребностям, а также минимизировать финансовые и правовые риски.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
57	Ответ: А Обоснование выбора: А. Четкое понимание проблемы — основа любого успешного управленческого решения. Если проблема сформулирована некорректно или неполно, то решение будет направлено на устранение несуществующих проблем или же окажется неэффективным.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
58	1. Краткий отчет о результатах проекта. Основные достижения (например, «Проект завершен в срок с экономией 10% от бюджета. Получена положительная обратная связь от 85% пользователей»). 2. Возможности использования результатов: 1) Внедрение программного обеспечения в отделе маркетинга для управления рекламными проектами. 2) Использование в отделе продаж для отслеживания выполнения задач по клиентским проектам. 3) Проведение обучающих семинаров для других команд по использованию ПО. 3. Направления для совершенствования:	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи

	1) Улучшение интерфейса для повышения удобства использования. 2) Добавление функции интеграции с другими системами, используемыми в компании. 3) Проведение регулярных опросов пользователей для сбора обратной связи и выявления потребностей.	
59	Проект по разработке веб-портала для онлайн-образования успешно завершен, все ключевые функции реализованы в срок. Пользователи оценили портал положительно, но отметили необходимость улучшения мобильной версии и добавления интерактивных элементов. Результаты проекта можно расширить на школьное образование, адаптировав курсы для учеников и учителей. Основные направления совершенствования — доработка мобильного функционала и интерактивности. Проект открывает перспективы для развития цифрового обучения на разных уровнях.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
60	1. Необходимо решить следующие задачи: Анализ целевой аудитории: определение сегментов рынка, готовых к потреблению здоровых перекусов. Решение – провести социологические исследования и опросы, что позволит эффективно использовать бюджет и избежать излишних затрат. Оценка конкурентной среды: анализ сильных и слабых сторон конкурентов. Способы решения – использовать SWOT-анализ и мониторинг конкурентных предложений. Это даст ясное понимание места продукта на рынке. Соблюдение правовых норм: изучение законодательства по рекламе и маркировке продуктов питания. Оптимальный способ – привлечь юриста для консультации, что минимизирует риски юридических последствий. 2. Ожидаемые результаты: четко определенные целевые сегменты аудитории, понимание конкурентных преимуществ и соответствие правовым требованиям. Эти меры помогут максимально эффективно использовать ресурсы и достигнуть поставленных целей, что свидетельствует о соответствии стратегии проекта.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
61	1. Бизнес-планирование минимизирует маркетинговые риски за счет предварительного анализа рынка и прогнозирования возможных сценариев. Прежде чем запускать рекламную кампанию или выводить новый продукт, компания должна изучить спрос, конкурентов и поведение потребителей.	3 балла – полный правильный ответ;

	Например, если планируется выход на новый региональный рынок, бизнес-план должен включать SWOT-анализ, который выявит угрозы, такие как высокая конкуренция или низкая платежеспособность аудитории. Планируя реализацию маркетинговых задач, менеджер учитывает бюджетные ограничения и выбирает наиболее эффективные каналы продвижения, избегая необоснованных затрат. Таким образом, бизнес-план выступает в роли фильтра, отсеивающего заведомо убыточные инициативы. 2. На маркетинговую стратегию в бизнес-плане влияют правовые нормы, регулирующие рекламу, защиту данных и добросовестную конкуренцию. Например, в России закон «О рекламе» запрещает некорректные сравнения с конкурентами, а GDPR в ЕС требует строгого соблюдения правил обработки персональных данных пользователей. Если компания планирует email-рассылку, она должна убедиться, что база адресов собрана легально, иначе рискует получить штраф. Планируя маркетинговые активности, важно заранее проверить соответствие кампании местному законодательству, чтобы избежать юридических последствий. Это особенно актуально для международных компаний, где нарушения могут привести не только к финансовым потерям, но и к репутационному ущербу. 3. Корректировка маркетингового раздела бизнес-плана необходима, потому что рынок динамичен: меняются предпочтения клиентов, появляются новые технологии и усиливается конкуренция. Например, если компания запустила таргетированную рекламу в соцсетях, но конверсия оказалась ниже прогнозируемой, это сигнал к пересмотру креативов или выбора платформы. Регулярный анализ ключевых показателей (KPI) позволяет своевременно адаптировать стратегию, перераспределяя бюджет на более эффективные инструменты. Бизнес-план в этом случае становится не просто документом для инвесторов, а рабочим инструментом, который помогает компании оставаться гибкой и конкурентоспособной в долгосрочной перспективе.	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
62	Ответ: 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	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	для обеспечения четкости, последовательности и максимизации воздействия коммуникационных программ на отдельных потребителей и общество, что является важным для продвижения транспортных услуг.	
63	Экологическая платформа для мониторинга воздуха успешно запущена в срок благодаря оптимизации процессов. Пользователи высоко оценили систему, назвав её «удовлетворительной» или «отличной». Платформу можно расширить для контроля качества воды и уровня шума. Перспективно сотрудничество с муниципалитетами и разработка мобильного приложения для удобства пользователей. Проект показал высокий потенциал для развития экологического мониторинга.	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
64	1. Разделить задачи на этапы с чёткими сроками. Использовать доступные ресурсы: внутренние данные компании, онлайн-опросы, бесплатные аналитические инструменты. Консультироваться с научным руководителем для уточнения сложных моментов. 2. Ограниченный бюджет компании на маркетинг. Временные рамки. Правовые нормы. Такой подход позволит эффективно выполнить задачи, уложиться в сроки и учесть ограничения, что соответствует требованиям к планированию и реализации проекта.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
65	Ответ: В Обоснование выбора: В. Этот ответ наилучшим образом отражает умение корректировать способы решения задач в соответствии с запланированными результатами и точками контроля. Когда менеджер видит, что текущий метод работы не приводит к ожидаемым результатам, он должен быть готов внести изменения, чтобы достичь поставленных целей. Это демонстрирует гибкость и способность адаптироваться к изменяющимся условиям, что является ключевым аспектом эффективного управления.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

66	1. Определение ключевых задач: оптимизация загрузки команды - перераспределение текущих ресурсов, устранение менее приоритетных задач; повышение мотивации сотрудников - введение нематериальных стимулов (гибкий график, признание заслуг, бонусы на основе KPI); минимизация отставания - привлечение внештатных специалистов или аутсорсинг некоторых задач; удержание клиентов - активное взаимодействие, предложение бонусов или временных решений до полноценного запуска. 2. Выбор методов решения задач: перераспределение обязанностей внутри команды - временное расширение зон ответственности сотрудников с соответствующими поощрениями; использование аутсорса - передача второстепенных задач внешним разработчикам, что позволит ускорить ключевые процессы без найма новых сотрудников; введение гибкой системы мотивации - поощрение сотрудников нематериальными бонусами (дополнительные выходные, участие в разработке новых проектов); поддержка клиентов: разработка промежуточных решений (например, тестовая версия продукта или бесплатные дополнительные услуги). 3. Определение контрольных точек: контроль выполнения плана будет проводиться раз в две недели, с проверкой следующих метрик - скорость разработки (количество выполненных задач в спринте), уровень вовлеченности сотрудников (опросы, обратная связь), состояние бюджета (контроль затрат на внештатных специалистов и мотивационные программы), динамика взаимодействия с клиентами (количество обращений, уровень удовлетворенности). 4. Возможные корректировки стратегии: если через месяц не будет наблюдаться прогресса, возможно - усиление мер по аутсорсу (перенос большего количества задач внешним исполнителям), дополнительное привлечение инвестиций (поиск партнеров, кредитование),	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

	пересмотр сроков и информирование клиентов о новых реалистичных сроках выпуска. Предложенный план действий позволяет учесть текущие ограничения, эффективно распределить ресурсы и гибко реагировать на изменения. Такой подход обеспечит выполнение поставленной задачи в оптимальные сроки без превышения бюджета.	
67	1. Лично соблюдать установленные нормы и правила командной работы (открытое общение, выполнение задач в срок, уважение к коллегам и их мнению), поддерживать и помогать коллегам; планировать и контролировать, четко видеть выполнение задач, сроки и стадию проекта; быть гибким и адаптивным к изменениям, не снижать качества работы, не нарушать общих целей проекта. 2. Нести личную ответственность за выполнение своей части задачи, соблюдать и контролировать сроки и качество труда; четко выполнять свои обязанности и задачи, понимать свою роль в проекте, планировать время; нести ответственность за ошибки. 3. Проводить регулярные командные совещания с обсуждением хода выполнения своих задач, возникающих трудностей, проблем, предложений; создавать культуру конструктивной обратной связи; использовать цифровые платформы для общения; признавать достижения, поощрять и мотивировать участников 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
68	1. Не обвинять участника проекта, разобраться в причинах такого поведения; организовать индивидуальную встречу в неформальной обстановке; выяснить, что мешает работать более эффективно, предложить помощь в решении проблем (поддержка со стороны других участников команды, помощь в перераспределении задач); обсудить, какие шаги он может предпринять, чтобы улучшить свою продуктивность, договориться о более четком расписании или мерах контроля. 2. Подходить к ситуации с деликатностью, поговорить наедине; дать ответственную роль в небольших задачах, предложить участие в проектах, где сильные стороны могут быть максимально использованы; обеспечить поддержку и внимание, создать безопасную и поддерживающую рабочую атмосферу; обсудить с командой важность взаимной поддержки и уважения	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

69	1. Для данной темы наиболее подходящими методами исследования являются анкетирование и фокус-группы. Анкеты позволяют собрать количественные данные о предпочтениях и поведении потребителей, а фокус-группы обеспечивают качественное понимание мотиваций и мнений. Эти методы помогут получить комплексный анализ влияния социальных сетей на потребительское поведение, что соответствует целям исследования. 2. При проведении исследования необходимо учитывать действующие правовые нормы, такие как Закон о защите персональных данных. Это включает в себя получение согласия респондентов на использование их данных, а также анонимизацию информации. Также нужно следить за соблюдением условий использования платформ социальных сетей, чтобы избежать нарушения правовых норм и обеспечить этичность исследования.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
70	1. Низкая конверсия в онлайн-продажах может быть связана с недостаточной проработкой воронки продаж или несоответствием контента ожиданиям аудитории. Широкий охват в соцсетях говорит о том, что продукт получил видимость, но для принятия решения о покупке экотоваров потребителям часто требуется больше доверия и информации. Например, несмотря на активность в Instagram, на сайте могла отсутствовать детальная информация о составе продукта, сертификатах или сравнении с аналогами. Кроме того, отсутствие отзывов в первые недели продаж могло снизить доверие. Представляя эти выводы, маркетолог может предложить усилить контент-стратегию: добавить видео с процессом использования, развернутые описания экопреимуществ и запустить программу отзывов для первых покупателей. 2. Успех оффлайн-продаж свидетельствует о важности тактильного контакта с продуктом и доверия к точкам продаж. В специализированных магазинах экотоваров покупатели уже настроены на покупку такой категории, а возможность увидеть упаковку, пообщаться с консультантами или получить пробник увеличивает конверсию. Этот опыт можно перенести в онлайн, например, через партнерство с эко-маркетами для организации "клика и забери" или бесплатных пробников при первом заказе. Также стоит рассмотреть возможность участия в локальных эко-ярмарках, где продукт можно представить лично, а затем перенаправить заинтересованных клиентов на онлайн-площадки	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

	через промокоды. Это не только усилит доверие, но и создаст синергию между каналами. 3. Корректировка бизнес-плана должна включать перераспределение бюджета с учетом новых данных и тестирование гипотез. Например, можно сократить часть расходов на таргетированную рекламу в соцсетях в пользу контент-маркетинга (разборы состава, экосертификаты) или коллабораций с микро-инфлюенсерами, которые вызывают больше доверия у аудитории. Одновременно стоит заложить бюджет на оффлайн-активности, такие как участие в выставках или размещение пробников в магазинах-партнерах. Важно также предусмотреть систему быстрого тестирования инициатив: например, A/B-тесты баннеров с разными УТП или пилотный запуск в новых городах с отслеживанием динамики. Это превратит бизнес-план в гибкий инструмент, где каждый этап продвижения будет основан на реальных данных, а не только на прогнозах.	
71	1. Соблюдение норм и правил командной работы является критически важным аспектом успешного управления проектами. Во-первых, четко установленные нормы помогают создать ясные ожидания для всех членов команды. Во-вторых, соблюдение установленных правил способствует повышению ответственности участников команды. Лично я несу ответственность за результат работы команды, активно участвуя в соблюдении норм и правил. Также я стараюсь быть примером для других, демонстрируя приверженность к установкам команды и признавая свои ошибки, если они возникают. Это создает атмосферу, в которой все чувствуют себя комфортно, внося свой вклад в общий успех проекта. Личная ответственность каждого члена команды, включая меня, играет ключевую роль в этом процессе, способствуя созданию сплоченной и продуктивной рабочей среды.	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
72	1. В рамках управления проектом «EcoBloom» необходимо решить следующие ключевые стратегические маркетинговые задачи: - Позиционирование бренда и целевой аудитории: необходимо четко определить, как «EcoBloom» будет восприниматься потребителями в сегменте органической косметики. Важно тщательно изучить целевую аудиторию	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	(экологически осознанные потребители) и разработать уникальное ценностное предложение, подчеркивающее натуральность, эффективность и экологичность продукции. - Разработка комплексной маркетинговой стратегии: необходимо разработать детальный план маркетинговых мероприятий, включающий в себя онлайн и оффлайн каналы продвижения, контент-маркетинг, PR-кампании, партнерства с блогерами и лидерами мнений. - Развитие дистрибуции: необходимо определить оптимальные каналы дистрибуции для «EcoBloom», включая собственные розничные магазины (если есть), онлайн-платформы, аптеки, магазины органической продукции и партнерства с крупными ритейлерами. - Создание сильной идентичности бренда: необходимо разработать визуальную и коммуникационную идентичность бренда, отражающую его ценности и позиционирование. Логотип, упаковка, слоган, tone of voice – все должно быть выдержано в едином стиле и соответствовать философии «EcoBloom». - Обучение персонала и партнеров: необходимо обеспечить обучение сотрудников компании и партнеров по продажам о преимуществах и особенностях продукции «EcoBloom», а также о философии бренда. 2. Ключевые показатели эффективности (KPI) для отслеживания успеха проекта «EcoBloom»: - Объем продаж: основной показатель, отражающий финансовый успех проекта. Необходимо измерять объем продаж в различных каналах дистрибуции. Периодичность: Ежемесячно/ Ежеквартально. Обоснование: Показывает, насколько востребована продукция у потребителей и насколько эффективно работают каналы продаж. - Доля рынка: отражает позицию «EcoBloom» на рынке органической косметики. Периодичность: ежеквартально/ежегодно. Обоснование: показывает, насколько успешно «EcoBloom» конкурирует с другими брендами. Узнаваемость бренда: измеряется с помощью опросов и исследований рынка. Периодичность: ежеквартально/ежегодно. Обоснование: показывает, насколько хорошо целевая аудитория знает бренд «EcoBloom».	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- Лояльность клиентов: измеряется с помощью индекса потребительской лояльности (NPS) и анализа повторных покупок. Периодичность: Ежеквартально. Обоснование: показывает, насколько удовлетворены клиенты продукцией и готовы ли они рекомендовать ее другим. Трафик и конверсия на сайте/в социальных сетях: Отражает эффективность онлайн-маркетинга. Периодичность: ежедневно/ еженедельно. Обоснование: показывает, насколько эффективно привлекается целевая аудитория и превращается в покупателей. - ROI (Return on Investment) маркетинговых инвестиций: показывает рентабельность вложенных средств в маркетинговые кампании. Периодичность: ежеквартально/ежегодно. Обоснование: позволяет оценить эффективность различных маркетинговых каналов и оптимизировать маркетинговый бюджет.	
73	1. Результаты работы можно представить через демонстрацию конкретных шагов, которые компания может реализовать для повышения узнаваемости продукта и увеличения продаж. Акцент следует сделать на измеримых показателях, таких как охват аудитории в социальных сетях, рост клиентской базы и увеличение ROI (возврата на инвестиции). Это подчеркнет практическую применимость рекомендаций. 2. Программа лояльности важна, так как она способствует удержанию существующих клиентов и повышает частоту покупок. Это особенно актуально для нового продукта, так как лояльные клиенты могут стать его первыми активными пользователями и рекомендовать его другим, что снижает затраты на привлечение новой аудитории. 3. Возможности для совершенствования стратегии включают интеграцию новых цифровых инструментов, таких как таргетированная реклама и анализ данных в реальном времени, а также расширение каналов продвижения, например, через сотрудничество с блогерами или участие в отраслевых мероприятиях. Это позволит увеличить охват и адаптировать стратегию к изменяющимся условиям рынка	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
74	Ответ: А Обоснование выбора: Б. Этот ответ наилучшим образом отражает умение определять свою роль в социальной и командной работе. Определение своих сильных и слабых сторон	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	позволяет осознанно подходить к распределению задач и обязанностей в команде, что способствует эффективной совместной работе и достижению общей цели. Такой подход подчеркивает важность сотрудничества и взаимного уважения в коллективе.	
75	Ответ: АГЖ. Обоснование: А. Координатор - координация необходима для обеспечения согласованной работы всех членов команды, что особенно важно при формировании новой группы. Г. Фасилитатор - создание условий для открытого обсуждения и разрешения возможных конфликтов поможет наладить эффективное взаимодействие внутри коллектива. Ж. Наставник - поддержка и обучение новых членов команды позволит быстрее интегрировать их в рабочий процесс и повысить общую производительность группы. Эти роли дополняют друг друга и обеспечивают комплексный подход к управлению социальной динамикой и достижению поставленных целей	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
76	Ответ: АБ Обоснование ответа: А. Теория социального обмена утверждает, что социализация происходит через взаимодействие индивида с другими людьми, где индивид принимает или отвергает определенные социальные нормы и ценности, основываясь на выгодах от этого взаимодействия. Б. Теория социального конфликта: эта теория подчеркивает наличие социальных конфликтов, таких как борьба между классами или группами, и не является основной теорией социализации. Она скорее объясняет, как различные группы в обществе борются за власть и ресурсы.	
77	1. Определение своей роли: - В качестве менеджера проекта, ваша главная роль - координатор и фасилитатор. Вы будете отвечать за планирование, организацию и контроль выполнения задач, а также за обеспечение эффективной коммуникации между всеми участниками команды. 2. Обеспечение эффективного взаимодействия:	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	- Проведение регулярных встреч и обсуждений для обмена информацией и обновлениями по проекту. - Внедрение инструментов для совместной работы, таких как Trello или Jira, для отслеживания задач и прогресса. - Создание прозрачной системы коммуникации, где каждый член команды знает, кто за что отвечает и какие задачи выполняются. 3. Мотивация команды: - Четкое разъяснение цели проекта и важности вклада каждого участника. - Признание и поощрение успехов команды, как коллективных, так и индивидуальных. - Создание благоприятной рабочей атмосферы, где каждый чувствует себя услышанным и ценным членом команды.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
78	Ответ: В Обоснование: Этот вариант демонстрирует способность учитывать интересы и мнения других членов команды, стремление к конструктивному диалогу и поиску оптимального решения через сотрудничество.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
79	1. Шаги для решения проблемы: 1) проведение индивидуальной беседы 2) организация командного обсуждения проблемы 3) перераспределение обязанностей 4) создание системы обратной связи 5) поддержка и мотивация 6) установление четких ожиданий и правил 2. Описание шагов 1) проведение индивидуальной беседы с П.П. Петровым, чтобы выяснить причины его поведения, личные или профессиональные трудности, которые мешают ему эффективно работать. Это поможет лучше понять ситуацию и предложить соответствующие меры поддержки. 2) организация командного обсуждения проблемы, учитывая конфиденциальность личной информации П.П. Петрова - коллективно выработать способы улучшения взаимодействия и соблюдения сроков.	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) перераспределение обязанностей - если проблема связана с перегрузкой или недостаточной квалификацией П.П. Петрова, стоит рассмотреть возможность перераспределения задач между членами команды. 4) создание системы обратной связи - регулярная обратная связь от руководителя и коллег поможет П.П. Петрову осознать важность соблюдения сроков и участия в общих встречах. 5) поддержка и мотивация - если причиной проблем является недостаток мотивации, важно предложить П.П. Петрову новые стимулы или возможности профессионального роста. 6) установление четких ожиданий и правил - все члены команды должны понимать, каких результатов от них ожидают и какие правила действуют внутри коллектива. 3. Пояснение Эти шаги помогут учесть интересы всех участников процесса, сохранить рабочую атмосферу и повысить эффективность команды.	
80	1. Проявить лидерские качества, не допускать игнорирования мнений других участников, провести индивидуальную беседу с членом команды, который не учитывает мнения других; создать атмосферу взаимного уважения, где каждый имеет возможность высказать свою точку зрения, предложения, идеи; стимулировать конструктивное обсуждение. 2. Не принимать сторону одного из лагерей; создать условия для конструктивного диалога, в котором оба лагеря могли бы изложить свои взгляды и причины, по которым они придерживаются своей позиции; слушать обе стороны без осуждения, выявить ключевые моменты, которые вызывают разногласия, постараться найти компромисс; сфокусироваться на общей цели (успешное завершение проекта), показать, что в условиях команды каждый должен работать на благо общего результата; сохранить эмоциональную атмосферу внутри команды.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
81	2134	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
82	1. Перед началом совещания:	3 балла – полный правильный ответ;

	- Организовать индивидуальную встречу с Иваном до начала общего собрания. Узнать, есть ли у него какие-то предложения, показать заинтересованность в его мнении. - Предложить Ивану подготовить короткий доклад по одной из тем обсуждения. Это даст ему возможность заранее подготовиться и чувствовать себя увереннее на собрании. - Подчеркните значимость его опыта и знаний для успешного выполнения проекта. 2. Во время совещания: - Начать собрание с постановки четких целей и задач, объяснить, почему важно участие каждого члена команды. - Использовать для ведения дискуссии мозговой штурм или групповые обсуждения, чтобы каждый участник мог выразить свою точку зрения. - Активно привлекать Ивана к обсуждению, задавая ему конкретные вопросы, касающиеся его области экспертизы. - Поддерживать позитивную атмосферу, поощрять конструктивную критику и уважение к мнению каждого участника. 3. После совещания: - Провести короткую беседу с Иваном, попросить его поделиться впечатлениями от встречи и узнать, были ли у него трудности с выражением своего мнения. - Организовать регулярную обратную связь с каждым членом команды, включая Ивана. - Поощрять членов команды делиться своими успехами и трудностями путем регулярных отчетов или встреч. Эти шаги помогут создать благоприятную среду для социального взаимодействия и командной работы, учитывая индивидуальные особенности и интересы каждого участника.	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
83	1. Действия 1) Анализ ситуации 2) Открытый диалог 3) Поддержка и помощь 4) Обратная связь	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи

	5) Объяснение последствий действий сотрудника 6) Мониторинг прогресса 2. Обоснование 1) Анализ ситуации – выявить причины задержки сроков. Возможно, сотрудник перегружен работой, испытывает трудности в понимании задач или столкнулся с личными проблемами, которые влияют на его производительность. 2) Открытый диалог - в виде встречи один на один с сотрудником для обсуждения проблемы, создать атмосферу доверия и открытости, чтобы сотрудник мог честно рассказать о причинах задержек. 3) Поддержка и помощь - если проблема связана с рабочей нагрузкой или недостатком ресурсов, предложить перераспределение задач или дополнительную поддержку. Возможно, привлечь другого сотрудника для помощи или пересмотреть сроки выполнения задач. 4) Обратная связь – для подчеркивания важности соблюдения сроков и предлагая конкретные шаги для улучшения ситуации. 5) Объяснение последствий действий сотрудника, как для команды, так и для него лично. Это поможет ему осознать значимость своевременного выполнения задач. 6) Мониторинг прогресса - установление контрольных точек для отслеживания прогресса сотрудника и регулярной обратной связи.	
84	321546	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
85	Ответ: Б Обоснование выбора: Макс Вебер является основателем теории социальной стратификации, в которой он выделяет три основные компонента социальной стратификации: экономический класс, статусная группа и партии. В отличие от Карла Маркса, который сосредоточил внимание только на экономическом классе, Вебер предложил более комплексный подход, включающий влияние власти и престижа.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
86	1. Стратегия интеграции.	3 балла – полный правильный ответ;

	2. Эта стратегия направлена на создание условий для эффективного социального взаимодействия и минимизации потенциальных конфликтов, обеспечивая продуктивность и успешное функционирование объединённой команды. 3. Шаги для реализации стратегии: 1) Анализ текущей ситуации (изучить рабочие процессы в отделах, особенности коммуникации и ожиданий от нового объединения; выяснить отношение к предстоящим изменениям и возможные опасения). 2) Определение общих целей (объединённая команда должна чётко понимать общие стратегические цели компании и свой вклад в их достижение). 3) Формирование смешанных рабочих (проектных) групп (из представителей обоих отделов, где каждому участнику определены задачи, соответствующие его сильным сторонам, что поможет наладить межличностное общение). 4) Проведение тренингов по командообразованию и эффективному общению для улучшения взаимопонимания и снижения уровня конфликтности. 5) Создание системы мотивации (вознаграждений, ориентированной на результаты совместной работы, чтобы стимулировать сотрудничество). 6) Коммуникационная стратегия (установление регулярных встреч и совещаний для обсуждения текущих вопросов и обмена идеями между членами новой команды). 7) Организовать наставничество (назначить наставников из одного отдела для сотрудников другого, чтобы способствовать передаче знаний и опыта, созданию доверительных отношений и скорейшей адаптации). 8) Оценка и мониторинг процесса (периодически проводить оценку эффективности новой структуры путем опросов удовлетворённости сотрудников и анализа показателей производительности, что позволит своевременно корректировать процесс интеграции).	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
87	1. Проявить уважение к предложению коллеги, признать вклад участника, поблагодарить за инициативу; обсудить идею более подробно; привести конструктивные аргументы и предложить альтернативные идеи; избегать подавления инициативы, сохранить атмосферу открытого общения в команде.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи

	2. Выяснить причины такого поведения; провести индивидуальную встречу для обсуждения ситуации; подчеркнуть важность доступности информации для всех участников; создать в команде атмосферу доверия, культуру прозрачности и взаимного уважения	
88	1. Использовать методы открытых встреч (мозговые штурмы, презентации, круглые столы, видеоконференции). 2. Создать атмосферу доверия, чтобы каждый участник мог свободно высказать своё мнение; использовать методы активного слушания (задавание вопросов, перефразирование, повтор, резюмирование)	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
89	Ответ: Б Обоснование выбора: Макс Вебер является основателем теории социальной стратификации, в которой он выделяет три основные компонента социальной стратификации: экономический класс, статусная группа и партии. В отличие от Карла Маркса, который сосредоточил внимание только на экономическом классе, Вебер предложил более комплексный подход, включающий влияние власти и престижа.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
90	1. Организовать обсуждение в формате открытого диалога; создать атмосферу, где каждый будет чувствовать себя услышанным; акцентировать внимание на том, что цель обсуждения – найти лучшее решение для проекта; работать в команде согласованно и конструктивно. 2. Инновационность, реализуемость, оценка возможных рисков, влияние на команду, выводы, исходя из анализа. 3. Создать атмосферу доверия, укрепить командный дух, рассмотреть любые идеи и предложения, не отвергать их сразу; использовать активное слушание; ценить мнение каждого участника; использовать подход «критика-предложение», при котором каждый конструктивно высказывает свои опасения и сразу же предлагает способы, как эти проблемы можно решить	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	А2Б3В4Г5Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
92	1. Внедрить регулярные встречи команды, обсуждать текущие этапы проекта, проблемы, вопросы, использовать инструменты для эффективной	3 балла – полный правильный ответ;

	коммуникации (электронная почта, видеоконференции, корпоративные порталы, мессенджеры). 2. Четко распределить задачи, установить ясные сроки; внедрить систему отчетности о ходе выполнения задач участниками проекта и принципа ответственности за результат; использовать систему оценки и вознаграждений для стимулирования членов команды. 3. Проводить индивидуальные беседы, тренинги; предлагать дополнительные стимулы, обсуждать карьерные цели в контексте проекта; использовать поддержку со стороны более опытных коллег	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
93	1. Организовать совместную встречу для обмена ожиданиями и аргументами для объединения усилий с целью достижения общего результата; предложить комбинированный подход, где маркетолог будет предоставлять данные, а дизайнер на их основе разрабатывает визуальную привлекательную и соответствующую стратегическим целям концепцию. 2. Создать открытую коммуникацию, проводить регулярные встречи с обсуждением прогресса и возможных разногласий; использовать технику активного слушания для понимания каждым участником точки зрения другого, работать над нахождением компромиссных решений; создавать атмосферу взаимного уважения, поощрять гибкость в подходах. 3. Создать регулярную коммуникацию между командами на всех этапах разработки рекламной кампании, внедрить процесс совместного планирования с самого начала проекта, обмениваться идеями и ожиданиями; создать протокол принятия решений с согласованием ключевых моментов; проводить ретроспективы после завершения крупных проектов	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
94	А3Б2В1Г4Д5	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
95	А4Б1В2Г5	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
96	А2Б1В3Г5Д4	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

97	Ответ: Б Обоснование выбора: Competition is simply what allows businesses to get ahead of each other, and consumers to get the product for the best value.	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
98	Невербальные средства взаимодействия с партнёром – это средства, которые не предусматривают использование естественной языковой речи. К ним относят мимику, позы, движения, жесты, темп и тембр голоса, смех, покашливание и другие. Основные невербальные средства взаимодействия с партнёрами: Мимика. Движения мышц лица, по которым можно определить настроение человека, эмоции, которые он испытывает в конкретный момент. Визуальный (зрительный) контакт. Говорит о расположении к общению. Избегание зрительного контакта может обозначать нежелание продолжать беседу, чувство вины и т.п. Жесты. Выразительные движения руками, головой, совершающиеся с целью общения, сопровождающие размышления или состояние человека. Поза. Положение человеческого тела. Наглядно поза показывает, как себя ощущает человек в обществе, как воспринимает свой статус	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
99	Ответ: Б Обоснование выбора: People can travel by train, by plane, by boat, by car etc. And people choose one according to their plans and destinations.	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
100	Ответ: Г Обоснование выбора: Г. В процессе подготовки публичного официально-делового выступления не рекомендуется использовать материалы и сведения из домовых чатов мессенджера Telegram, т.к. данные источники не являются официальными, а информация, находящаяся в них, не всегда объективна и достоверна.	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
101	Ответ: БВ Обоснование ответа: Б. The organizational structure is how the company delegates roles, responsibilities, job functions, accountability and decision-making authority.	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	B. Employees want to understand their job responsibilities, whom they report to, what decisions they can and should make and how they interact with other people and teams within the company.	
102	Ответ: ВГ Обоснование выбора ответа B. It's all about carefully planning, putting plans into action, and overseeing the smooth movement and storage of goods, services, and information. Г. It covers many tasks, ensuring products and services flow, the movement and storage of goods, services, and information.	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
103	Первая основная функция языка – *когнитивная* (т.е. познавательная), означающая, что язык – важнейшее средство получения новых знаний о действительности. Когнитивная функция связывает язык с мыслительной деятельностью человека. Вторая основная функция языка – *коммуникативная,* которая означает, что язык является важнейшим средством человеческого общения, т.е. коммуникации, или передачи от одного лица другому какого-либо сообщения с той или иной целью. Без языка невозможно человеческое общение, а без общения не может быть общества, не может быть полноценной личности. Третья основная функция – *эмоциональная и побудительная*. Она призвана не только выражать отношение автора речи к её содержанию, но и оказывать воздействие на слушателя, читателя, собеседника. Она реализуется в средствах оценки, интонации, восклицании, междометиях.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
104	456312	1б – полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
105	Это деловое письмо. Текст относится к официально-деловому стилю по следующим признакам: содержание и структура текста, официальный сдержанный (нейтральный, безэмоциональный) тон и стиль изложения; указание конкретной информации (адреса, даты, времени), контактов и данных отправителя.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
106	1. A letter of enquiry.	3 балла – полный правильный ответ;

	2. You should ask for items of clothes need stylish jacket for men 250 items and for women – 350 items. Ask for prices and delivery	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
107	Ответ: БВГЕ Обоснование ответа: Б. Emphasizing the advantages of the proposal with the help of specific figures and facts (Makes the arguments convincing and allows you to evaluate the benefits). В. Expressing confidence in the success of cooperation (Creates a positive attitude and strengthens trust). Г. Avoidance of complex grammatical constructions (Provides ease of perception of information). Е. Demonstrate an understanding of the recipient's needs (Shows that the offer is relevant and valuable).	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
108	Ошибочность выбора лексических единиц заключается в неоправданном употреблении «высоких» слов в текстах официально-делового стиля. Использование высоких слов не характерно для текстов официально-делового стиля, потому что этот стиль не приемлет экспрессивных элементов, в том числе сниженных слов (шутливых, иронических), оценочной лексики, образных выражений. К важнейшим требованиям к языку официально-делового стиля относят объективность изложения фактов, безэмоциональность используемых речевых средств.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
109	There are also a lot of ways of travelling. People can travel by car, by plane, by train. Plane is the fastest but the most expensive means of transport. Travelling in a modern train can be very comfortable and enjoyable. We can admire picturesque landscapes from the window and communicate with our companions. When we travel by car, we don’t have to buy any tickets or book a hotel, we can stop wherever we want and stay there as long as we like.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи

110	Точность. Смысловая точность (однозначность) достигается тщательным подбором слов, использованием слов в их прямом значении, широким употреблением терминов и специальной лексики. Логичность и аргументированность. Все части связаны по смыслу и располагаются строго последовательно. Нейтральный характер речи. Деловой стиль исключает личностные восприятия и эмоции. Речь должна быть объективной. Стандартизация (унификация). В деловом стиле существуют определённые правила и нормы, которым необходимо следовать. Это помогает создать единообразие и понятность текстов. Документы имеют установленную структуру, которую нужно соблюдать.	2 балла – полный правильный и аргументированный ответ; 1 балл – допущена одна ошибка, но есть правильные вычисления; 0 баллов – остальные случаи
111	1. By researching cultural communication styles employing interpreters, practicing patience and active listening to ensure mutual understanding. 2. Active listening helps to ensure accurate understanding of the other party's position.	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
112	1. Bribery is unfairly influencing someone by giving them money or gifts. 2. Bribery is unethical behavior. It is obviously illegal. All countries have laws that prohibit the bribery of government officials, so the foreign company engaging in bribery exposes its directors, executives, and employees to legal risks. 3. Bribery is offering, giving or receiving anything of value with the intention of inducing a person to act or to reward a person for having acted.	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
113	Основные трудности и стратегии их преодоления: Финансовая терминология: Английская финансовая терминология часто имеет устоявшиеся русские эквиваленты, но прямой дословный перевод может	3 балла – полный правильный ответ;

	быть неточным или непонятным. Важно использовать общепринятые термины и аббревиатуры, которые понятны российским финансистам и инвесторам. Решение: использовать авторитетные финансовые словари и глоссарии, консультироваться с финансовыми экспертами, сверяться с существующими русскоязычными годовыми отчетами аналогичных компаний. При необходимости давать пояснения в скобках или сносках. Юридические формулировки: Юридические термины и конструкции часто опираются на специфические правовые системы, и простого эквивалента в русском языке может не существовать. Важно не только понимать суть юридического понятия, но и подбирать наиболее близкое по значению и функциональности понятие в российском законодательстве. Решение: проводить исследование российского законодательства, искать статьи/разъяснения юристов. Возможно, потребуется описать процедуру простым языком, а не просто транслитерировать термин. Консультироваться с юристами, специализирующимися на международном праве/юридическом переводе. Маркетинговые заявления и позиционирование компании: необходимо адаптировать маркетинговые тексты для русскоязычной аудитории, учитывая культурные особенности, менталитет и принятые нормы коммуникации. Дословный перевод слоганов и рекламных лозунгов может звучать неестественно или даже абсурдно. Решения: переводить не только слова, но и смысл. Адаптировать слоганы и ключевые сообщения с учетом культурных особенностей и ожиданий русскоязычной аудитории. Важно избегать чрезмерной патетики и отдавать предпочтение конкретике и фактам. Статистические данные и графики: цифры и графики сами по себе универсальны, но необходимо проверить, что используемые единицы измерения и формат (например, формат дат и чисел) соответствуют российским стандартам. Решения: преобразовывать формат дат в DD.MM.YYYY, а также валюту в рубли (или указывать эквивалент в рублях) при необходимости. Если это важно для понимания, можно добавить примечание о методах расчета, используемых в отчете.	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

114	Banks offer checking accounts for everyday transactions, savings accounts for accumulating funds, loans for various purposes (mortgages, auto loans, personal loans), investment accounts (e.g., brokerage services), and credit cards, enabling individuals to manage their finances and pursue financial goals.	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
115	К коммуникативным качествам речи обычно относят правильность, точность, доступность, логичность, чистоту, богатство, уместность и выразительность. Правильность речи заключается в соответствии речи современным литературным нормам. Точность проявляется в умении точно подбирать слова для определения предмета и выражении мысли в соответствии с действительностью. Логичность речи предполагает умение последовательно, непротиворечиво и аргументированно оформлять выражаемое содержание, т.е. в соответствии с законами логики. Доступность (или доходчивость) изложения – это способность данной формы речи быть понятной адресату, заинтересовать его. Уместность речи – это соответствие содержания речи, ее языковых средств целям и условиям общения. Богатство речи – коммуникативное качество, которое проявляется в многообразии использованных языковых средств. Выразительность речи – это коммуникативное качество, вызывающее интерес аудитории, усиливающее эффективность выступления, поддерживающее внимание к предмету разговора, оказывающее воздействие не только на разум, но и на чувства, воображение слушателей. Чистота речи. Чистой называют такую речь, в которой нет чуждых литературному языку элементов, а также отвергаемых нормами нравственности слов и словесных оборотов	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

116	The key skills and qualities that interviewers look for in candidates for manager positions: Leadership skills, Communication abilities, Problem-solving capabilities, Confidence, Enthusiasm, Articulation.	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
117	Asking questions shows that you are interested in the role and that you are taking the interview seriously. It also gives you an opportunity to learn more about the company and the position, which can help you to make a more informed decision about whether or not the job is a good fit for you.	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
118	Для максимально эффективного представления информации руководству и предложения действенных решений, я бы выбрал следующую структуру доклада, фокусируясь на четкости, лаконичности и практической ценности: I. Введение (2 минуты): Краткое приветствие и обозначение темы. (Пример: «Добрый день, уважаемые коллеги. Сегодня я представлю анализ текущей ситуации с онлайн-продажами и предложу решения для стимулирования их роста») Четкая формулировка цели доклада. (Пример: «Цель моего доклада - предоставить вам ясную картину причин стагнации онлайн-продаж и предложить конкретные, реализуемые стратегии для их увеличения») Обозначение структуры доклада. (Пример: «В докладе мы рассмотрим текущие показатели, причины стагнации, предложим варианты решения и оценим потенциальный эффект от их внедрения») II. Анализ текущей ситуации (5-7 минут):	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

	Обзор ключевых показателей онлайн-продаж за последние несколько лет. (Использовать графики и диаграммы для визуализации данных. Фокус на ключевых тенденциях: рост/падение по категориям, средний чек, конверсия, источники трафика). Сравнение с показателями конкурентов. (Выделить лидеров рынка и показать, в чем мы им уступаем. Использовать данные об их доле рынка, акциях, сервисах и т.д.) Сегментация аудитории и анализ ее поведения. (Изучить поведение различных групп пользователей: как они ищут товары, что покупают, почему уходят, какие устройства используют). Краткий вывод о ключевых проблемах. (Четко сформулировать 2-3 основные проблемы, стоящие за стагнацией продаж. Например: снижение лояльности, неконкурентные цены, устаревший сайт и т.д.) III. Предлагаемые решения (7-10 минут): 3-5 конкретных, реализуемых стратегий по стимулированию роста. (Например: внедрение программы лояльности, оптимизация сайта/приложения, запуск таргетированной рекламы, расширение ассортимента, улучшение сервиса доставки, агрессивные маркетинговые акции). Для каждой стратегии: краткое описание, необходимые ресурсы, потенциальный эффект, примерный срок реализации, ключевые метрики для отслеживания результата. Приоритезация решений по степени влияния и простоте реализации. (Например, использовать матрицу «Влияние – Простота» для визуализации приоритетов). IV. Оценка потенциального эффекта и рисков (3-5 минут): Прогнозируемый рост онлайн-продаж от внедрения предложенных решений (в краткосрочной и долгосрочной перспективе). Основные риски и возможные препятствия на пути к реализации. (Например: сопротивление изменениям, недостаток финансирования, проблемы с логистикой). Меры по смягчению рисков. V. Заключение (2 минуты):	

	Краткое резюме основных выводов и предложений. (Повторить ключевые проблемы и наиболее перспективные решения). Призыв к действию и готовность к дальнейшему обсуждению. (Пример: «Я уверен, что внедрение предложенных стратегий позволит нам вернуться к устойчивому росту онлайн-продаж. Я готов к обсуждению деталей и разработке плана реализации») Благодарность за внимание.	
119	34251	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
120	Ответ: АБГ Обоснование выбора: А. Экономические причины – неурожай 1847 года после которого некоторые государства не могли прокормить своё населения. Б. Социальные причины – стремление низших и средних слоев населения внести изменения и попытка перераспределения жизненных благ. Г. Политические причины – после появления первых национальных государств многие народы живущие в империях восприняли это как знак, что они тоже могут претендовать на защиту своих национальных интересов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
121	1. О Куликовской битве. Победа русского войска над монголо-татарскими войсками во главе с Мамаем. 2. Князя Дмитрия Ивановича «Донского». Сергий Радонежский	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
122	Ответ: БД Обоснование выбора: Б. Развитие коммуникативных навыков направлено на применение межкультурных коммуникаций на языке, на котором говорят собеседники, а также позволяет изучать язык, который часто используется, для более глубокого понимания и продуктивного взаимодействия. Д. Учет и уважение культурных различий необходимы для эффективного общения с представителями других культур, так как использование неуместных	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	жестов или выражений может привести к недопониманию или даже оскорблениям.	
123	1. Марксизм – это течение социально-политической, философской и экономической мысли, основанное на материалистическом понимании истории и революционном преобразовании общества на принципах «коммунизма». 2. В России марксизм получил развитие в деятельности большевиков во главе с В. И. Лениным и меньшевиков направления во главе Ю. О. Мартовым.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
124	1. Произошла трансформация социальной структуры, благодаря внедрению новых моральных и этических норм, а также созданию системы благотворительности и помощи нуждающимся 2. Развитие христианского искусства и литературы привело к созданию уникальных культурных форм; усиление единства между различными народами и культурами через общие религиозные практики и верования; а также превращение христианства в государственную религию в 380 г.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
125	А3Б4В1Г2	1б – полное правильное соответствие; 0 б – остальные случаи
126	Ответ: В Обоснование выбора: В: Философская система И. Канта строится вокруг проблем гносеологического и этического порядка. В работе «Критика чистого разума» приходит к выводу о принципиальной непознаваемости мира (агностицизм).	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
127	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Соборность – как приоритет нравственных ценностей и единство людей на основе их любви к Богу. Принцип соборности использовался многими русскими мыслителями в качестве основы для развития их политических и правовых идей.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
128	1. Развернутый ответ: Социальный статус – это положение человека в обществе, которое определяется его профессией, возрастом, полом, образованием и другими факторами. Например, статус студента или врача.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	Социальная роль – это совокупность норм и обязанностей, связанных с определённым статусом. Роль описывает, что человек должен делать на своей должности, например, студент обязан учиться, а учитель – преподавать. 1. Предписанный и приобретённый статус: Предписанный статус – статус, который человек получает при рождении или по внешним признакам, например, пол, возраст, этническая принадлежность. Пример: быть сыном или дочерью. Приобретённый статус – статус, который человек получает благодаря своим усилиям, достижениям или труду. Пример: статус студента, врача или профессионала в какой-либо сфере, который зависит от образования и усилий человека.	0 баллов – остальные случаи
129	1.Влияние социальной роли на поведение: - Стабильность и предсказуемость поведения. Когда человек осознаёт свою роль, он часто действует в соответствии с теми ожиданиями, которые общество или группа возлагают на него. Это даёт стабильность и предсказуемость его поведению. Например, роль врача предполагает знание медицины, помощь больным и соблюдение профессиональной этики. От врача ожидается, что он будет внимателен к пациентам, соблюдать медицинские стандарты и показывать эмпатию. - Формирование идентичности. Выполнение социальных ролей способствует формированию социальной идентичности. Человек, играющий роль студента, формирует свою идентичность как учащегося, что влияет на его поведение в учебной среде. Он будет стремиться к успеху в учёбе, взаимодействовать с преподавателями и сокурсниками, следовать учебным планам и нормам, принятым в учебном заведении. Социальные роли создают и поддерживают восприятие себя как части определённой группы или сообщества. - Реакции на социальные ожидания. Человек, осознавая, какую роль он должен выполнять, старается удовлетворить ожидания, связанные с этой ролью. Например, роль родителя предполагает заботу и внимание к детям, что определяет поведение человека в семье. Родитель будет стремиться создавать комфортные условия для воспитания детей, обучать их жизненным ценностям и защищать их права. 2. Нарушение социальных ролей и последствия:	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

	- Социальные санкции. Когда индивид не исполняет свою роль в соответствии с социальными ожиданиями, общество может отреагировать с помощью санкций. Санкции могут быть как формальными (штрафы, наказания), так и неформальными (критика, осуждение). - Социальная изоляция. Нарушение социальной роли может привести к отчуждению индивида от группы. Это может вызвать чувство одиночества и утрату связи с близкими людьми. - Изменение самооценки. Индивид, не исполняющий свою роль, может начать испытывать чувство вины или неудовлетворенности собой. Это может привести к дальнейшему снижению мотивации и даже к отказу от своей социальной роли.	
130	1. Особенность информационного влияния референтных групп состоит в использовании потребителем информации, предоставляемой референтной группой. В этом случае потребитель может решить посещать обучающую программу только потому, что его знакомый со сходными взглядами хорошо о ней отозвался. 2. Референтные группы оказывают наиболее сильное влияние на человека, когда покупка товара или марки связана с социальной идентификацией и демонстрацией статуса. Это особенно заметно в случаях, когда продукт потребляется публично и является символом принадлежности к определенной группе 3. Способ сотрудничества с референтными группами позволяет установить контакт с представителями этих групп и предложить им взаимовыгодное сотрудничество. Можно предоставлять им продукты или услуги для обзора, организовывать совместные акции или приглашать представителей референтных групп на мероприятия и презентации.	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	1. При социальной идентификации люди стремятся принадлежать к определенным группам и перенимают их ценности, убеждения и поведение, потому, что покупка определенных товаров или марок может служить способом продемонстрировать свою принадлежность к желаемой группе. При демонстрация статуса некоторые товары и бренды ассоциируются с определенным социальным статусом, потому, что. покупка таких товаров может быть способом повышения своего статуса в глазах окружающих.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2. К таким товарам относится: одежда и аксессуары известных брендов, автомобили премиум-класса, электроника (смартфоны, ноутбуки), часы, товары для активного отдыха и спорта. 3. Влияние референтных групп на покупательское поведение зависит от множества факторов, включая тип продукта, социальную значимость покупки, индивидуальные особенности потребителя и характеристики самой референтной группы.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
132	Ответ: АВГ Обоснование выбора: Важнейшими проблемами гносеологии являются проблемы изучения видов, ступеней, форм познания, отношение между субъектом и объектом познания, проблема истины, соотношения познания и практики	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
133	Ответ БГД Диалектика Г. Гегеля – это учение о развитии как качественном изменении, переходе старого в новое, движении от низших форм к высшим. Законы диалектики являются всеобщими, описывают взаимосвязь между всеми процессами в мире	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
134	*1. Шаги для разрешения данной ситуации.* 1. Организация встречи с обеими сторонами конфликта. 2. Проведение беседы в формате медиации. 3. Разработка плана по повышению осведомленности сотрудников о принципах недискриминации. 4. Анализ и пересмотр политики компании относительно дискриминации. 5. Мониторинг состояния межличностных отношений после инцидента. *2. Причины выбора каждого шага* 1. Встреча позволяет выявить истинные причины конфликта, способствует установлению доверительных отношений. 2. Медиация позволяет сохранить конфиденциальность обсуждения, поддержать конструктивный диалог, обеспечить равноправие сторон при поиске решения. 3. Обучение повышает уровень знаний о культурных различиях и этике общения, формирует толерантную рабочую среду, укрепляет корпоративный дух.	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. Анализ и пересмотр политики позволяет четко прописать правила для предотвращения конфликтов, уведомить сотрудников о мерах за нарушение правил, укрепить доверие к руководству и обеспечить справедливость. 5. Регулярный мониторинг отношений позволяет вовремя выявлять потенциальные проблемы, помогает оценить эффективность принятых мер. *3. Аргументы* 1 - для объективного понимания ситуации и выслушивания обеих сторон. 2 - для помощи сторонам найти компромиссное решение. 3 - способствует предотвращению будущих конфликтов. 4 - обеспечивает четкость и прозрачность политики. 5 - позволяет отслеживать динамику взаимоотношений для предотвращения повторений. Все предложенные шаги направлены на создание атмосферы взаимоуважения и недопущение дискриминации в коллективе.	
135	*1. Возможные причины конфликта* - Различия в поколениях и подходах к работе: пожилые сотрудники часто имеют устоявшиеся методы работы, а молодые склонны к инновациям. - Недостаток взаимопонимания и уважения между сторонами: каждый сотрудник может считать свой метод работы правильным, не принимая во внимание точку зрения другого. - Возможный страх перед новыми технологиями у старшего сотрудника и недостаточная терпимость молодого специалиста к чужим взглядам. *2. Мероприятия по разрешению конфликта* - Проведение встречи с участием обеих сторон для обсуждения проблемы в нейтральной обстановке. - Организация тренингов по межкультурному общению и управлению конфликтами, чтобы сотрудники могли лучше понимать друг друга. - Предоставление возможности для обмена опытом и знаниями между разными возрастными группами через совместные проекты. - Поддержка инициативы молодых специалистов по внедрению новых технологий, одновременно предоставляя возможность старшим сотрудникам адаптироваться к изменениям через обучение и поддержку. *3. Обоснование*	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

	- Все предложенные мероприятия направлены на создание условий для равноправного участия всех сотрудников в рабочем процессе, независимо от возраста, опыта или иных характеристик. - Мероприятия способствуют укреплению социальной интеграции путем улучшения взаимопонимания и сотрудничества между различными группами сотрудников. - Акцент на уважении к различным мнениям и опыту способствует созданию инклюзивной рабочей среды, где ценится вклад каждого члена команды.	
136	*1. Шаги:* 1. Проведение расследования: 2. Обратная связь с сотрудником 3. Информирование руководства 4. Разработка плана действий 5. Повышение осведомленности 6. Мониторинг ситуации *2. Содержание шагов:* 1. Проведение конфиденциального расследования для выяснения обстоятельств жалобы. 2. Обратная связь с сотрудником - автором жалобы для обсуждения ситуации. 3. Информирование руководства о сложившейся ситуации. 4. Разработка плана действий, направленного на устранение проблемы. 5. Информирование сотрудников о важности недискриминационного общения и уважения к коллегам независимо от их национальности или религии. 6. Постоянный мониторинг рабочей атмосферы и регулярное получение обратной связи от сотрудников. *3. Обоснование шагов:* 1 - поможет определить, действительно ли имело место нарушение корпоративной этики и норм поведения. 2 – позволит убедиться, что жалоба обоснована. 3 – позволит принять дальнейшие меры.	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 – позволит воспитать толерантность и уважение, усилить контроль за соблюдением корпоративных стандартов поведения. 5 – позволит повысить осведомленность о важности недискриминационного общения и уважения к коллегам. 6 – поможет предотвратить повторение подобных ситуаций в будущем. Таким образом, указанные действия будут направлены на поддержание принципа недискриминационного взаимодействия и создание комфортной и продуктивной рабочей среды для всех сотрудников.	
137	1. При обеспечении равных условий для всех пользователей предприятие предоставляет услуги или доступ к инфраструктуре любому пользователю на недискриминационных условиях, независимо от его организационно-правовой формы, правовых и имущественных отношений. 2. Основные методы: административная ответственность за нарушение правил недискриминационного доступа, мониторинг удовлетворенности потребителей, обеспечение прозрачности информации. Они позволяют обеспечивать равные условия предоставления услуг потребителям независимо от их организационно-правовой формы и правовых отношений. 3. Применяя форму противодействия дискриминации предприятие активно противодействует любым формам дискриминации, включая расизм, сексизм, эйджизм и другие виды предвзятого отношения, как в личных взаимодействиях, так и в массовых коммуникациях.	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
138	1. Положительными результатами является: усиление конкуренции и упрощение взаимодействия на рынке, которое может стимулировать усиление конкуренции в части качества предоставляемых услуг, повышение эффективности использования ресурсов, которое может способствовать эффективному использованию ресурсов, улучшение деловой репутации и имиджа компании, которое способствует формированию позитивного имиджа компании как социально ответственного участника рынка. 2. Применение принципа повышения лояльности и удовлетворенности клиентов будет способствовать тому, чтобы клиенты чувствовали, что к ним относятся справедливо и с уважением, тогда они будут лояльны к компании и удовлетворены ее услугами. 3.Внедрение принципов недискриминационного взаимодействия	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

	позволит создать более позитивную и продуктивную среду взаимодействия между компанией и ее клиентами, что в конечном итоге способствует росту бизнеса и улучшению репутации компании.	
139	7234561	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
140	А5Б3В4Г1Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
141	Ответ: АВГД Обоснование: А. Доказано, что регулярные физические нагрузки снижают уровень стресса и улучшают качество сна, что также способствует восстановлению внутренних ресурсов. В. Регулярные практики осознанности тренируют способность фокусироваться на настоящем моменте, снижают тревожность и улучшают эмоциональное состояние. Г. Баланс между работой и личной жизнью является необходимым условием для поддержания физического и психического здоровья. Отсутствие баланса приводит к выгоранию, снижению продуктивности и ухудшению общего самочувствия. Д. Отказ от использования цифровых устройств в определенные периоды времени позволяет восстановить внимание, снизить уровень стресса и улучшить качество отдыха	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
142	1. Для максимальной эффективности использования ресурсов при реализации плана саморазвития можно применять следующие стратегии самоменеджмента: Целеполагание и планирование: четко определите цели саморазвития. Цели должны быть измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными во времени. Приоритизация задач: разделите задачи на четыре категории: важные и срочные, важные и несрочные, неважные и срочные, неважные и несрочные.	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

	Сосредоточьтесь на выполнении важных задач, а неважные делегируйте или исключите. Управление временем: работайте интенсивно в течение 25 минут, затем делайте короткий перерыв в 5 минут. После четырех таких циклов сделайте более длительный перерыв в 20-30 минут. Это помогает поддерживать концентрацию и избегать выгорания. 2.Осознанное использование своих ресурсов, особенно временных, оказывает огромное влияние на способность к саморазвитию и достижению долгосрочных целей в рамках самоменеджмента. Это влияние проявляется следующим образом: 1)Увеличение концентрации на важном: Осознанное использование времени позволяет выделить приоритетные задачи и сосредоточиться на них, избегая распыления внимания на менее значимые дела. Это, в свою очередь, увеличивает эффективность обучения и развития. 2)Повышение мотивации: Видя результаты осознанного использования времени и ресурсов, человек чувствует удовлетворение и повышает свою мотивацию к дальнейшему саморазвитию. 3) Формирование полезных привычек: Осознанное планирование и распределение времени помогает сформировать полезные привычки, такие как регулярное чтение, обучение, занятия спортом, что способствует устойчивому саморазвитию. 4) Снижение стресса: Умение управлять своим временем снижает уровень стресса, возникающего из-за чувства нехватки времени и перегруженности задачами. Это создает благоприятные условия для обучения и развития. 3.Для преодоления прокрастинации и повышения продуктивности в процессе саморазвития, учитывая принципы самоменеджмента, наиболее эффективными являются следующие методы управления временем: Разбивка больших задач на мелкие. Установка дедлайнов. Визуализация результатов. Устранение отвлекающих факторов. Вознаграждение себя за достижения.	

	Самоанализ и рефлексия	
143	А2Б5В1Г4Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
144	Ответ: В Обоснование: Глубинные убеждения и принципы, определяющие значимость определенных вещей или качеств – это наиболее точное определение. Ценности – это фундаментальные убеждения, которые направляют наши решения, определяют приоритеты и влияют на то, как мы проживаем свою жизнь. Они отражают то, что для нас действительно важно и значимо.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
145	1.Для успешного планирования целей и достижения результата наиболее важны следующие навыки самоменеджмента: Целеполагание: умение четко и конкретно формулировать цели, определять их приоритетность и соответствие своим ожиданиям. Планирование и организация: способность разрабатывать детализированные планы достижения целей, разбивать большие задачи на более мелкие и управляемые шаги, организовывать ресурсы (время, знания). Приоритезация: умение определять наиболее важные и срочные задачи, отделять их от менее значимых, и распределять время и ресурсы соответствующим образом. Управление временем: навыки эффективного использования времени, включая планирование дня, недели, месяца, соблюдение сроков, борьбу с прокрастинацией и умение делегировать задачи.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
146	1. Необходимо разработать SMART-цели, направленные на развитие стратегического мышления и лидерских качеств, чтобы подготовиться к руководящей должности. Вот пример такой целей: развитие стратегического мышления: S (Specific): Повысить уровень стратегического мышления, научиться анализировать ситуацию с разных точек зрения. M (Measurable): Пройти курс по стратегическому мышлению и успешно применять полученные знания в рабочих проектах.	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

	A (Achievable): Учитывая загруженность, выделять 2 часа в неделю на изучение материалов курса и применять полученные знания. R (Relevant): Этот навык необходим для продвижения на руководящую должность, что соответствует стремлениям. T (Time-bound): Достичь ощутимого прогресса в стратегическом мышлении в течение 6 месяцев,. 2.Чтобы высвободить время для обучения и развития, необходимо внедрить следующие стратегии управления временем: Анализ и аудит времени Приоритизация задач Планирование дня Блокировка времени Делегирование Отказ от многозадачности Оптимизация рабочих процессов Управление электронной почтой Эффективное проведение совещаний Использование времени в дороге 3. Можно предпринять следующие действия для демонстрации своих лидерских качеств и стратегического мышления: Предлагать новые идеи и решения для улучшения рабочих процессов. Брать на себя ответственность за реализацию новых проектов. Высказывать свое мнение и предлагать конструктивные решения. Задавать вопросы, демонстрирующие понимание стратегических целей компании. Помогать коллегам в решении задач и развитии навыков. Делиться своим опытом и знаниями. Четко и ясно излагать свои мысли. Активно слушать коллег и учитывать их мнение. Разрешать конфликты конструктивным образом. Посещать конференции, семинары и тренинги по лидерству и стратегическому мышлению.	

	Читать профессиональную литературу и следить за новостями в своей отрасли. Брать на себя ответственность за результаты своей работы и работы команды. Признавать ошибки и учиться на них. Помогать коллегам развивать свои навыки и достигать поставленных целей.	
147	Ответ: АГД Обоснование: Варианты А, Г и Д представляют собой наиболее сбалансированный подход, позволяющий одновременно развиваться как профессионально, так и личностно. Они позволяют получать новые знания и навыки, улучшать коммуникативные способности, планировать свои действия и адаптироваться к изменениям. Вариант Б слишком односторонний, а вариант В - не всегда имеет прямое отношение к профессиональному росту.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
148	1. Определение приоритетов собственной деятельности является ключевым фактором, формирующим траекторию личного развития и, в конечном счете, влияющим на профессиональный рост. Это происходит следующим образом: Приоритеты задают направление личного развития. Последовательное соблюдение приоритетов способствует формированию полезных привычек. Когда человек занимается тем, что для него важно, он испытывает чувство самореализации и удовлетворенности. В зависимости от выбранных приоритетов, человек развивает определенные личные качества.	
149	1. Для достижения баланса придется пойти на следующие компромиссы: Вероятно, придется работать сверхурочно или жертвовать частью личного времени, чтобы найти 10 часов в неделю на онлайн-курс по управлению проектами. Компромисс – урезание времени на отдых, хобби или общение с близкими в пользу учебы. Возможно, придется сократить время, которое вы уделяете личным отношениям, чтобы сосредоточиться на работе и обучении. Компромисс - необходимо будет договариваться с семьей и друзьями, чтобы найти время на	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;

	общение, или перенести его на выходные, что может ограничить возможность заняться хобби или отдохнуть. Уделять время спорту и здоровому питанию будет сложно при высокой загрузке. Компромисс – придется найти эффективные способы интегрировать заботу о здоровье в свой график (например, короткие тренировки, доставка здоровой еды). 2.Риски и их минимизация: 1) Слишком большая нагрузка может привести к усталости, снижению мотивации и проблемам со здоровьем. Минимизация: Четкое планирование и расстановка приоритетов, чтобы не браться за все и сразу. Регулярные перерывы, выделение времени на отдых и восстановление сил. Внедрение эффективных техник управления временем (например, Pomodoro). Поиск поддержки у семьи, друзей и коллег. 2) Если вы будете слишком много времени уделять обучению, хобби или личным отношениям, это может негативно сказаться на результатах работы и снизить шансы на повышение. Минимизация: Тщательное планирование рабочего времени, соблюдение сроков и выполнение задач качественно и в срок. Постоянная коммуникация с руководителем о прогрессе по проекту. Делегирование задач, если это возможно. 3)Недостаток времени на общение с семьей и друзьями может привести к конфликтам и ухудшению отношений. Минимизация: Четкое планирование времени, которое вы посвящаете близким. Качественное, а не количественное общение 3.Оценка прогресса: Проводить еженедельный или ежемесячный анализ прогресса по каждой из сфер жизни: работа, обучение, личные отношения, хобби, здоровье. Инструменты оценки: Ведение дневника, в котором фиксируются достижения, трудности и планы на будущее.	0 баллов – остальные случаи

	Использование онлайн-инструментов для управления временем и задачами. Регулярные встречи с руководителем для обсуждения прогресса по работе. Обратная связь от семьи и друзей.	
150	1. Риски, связанные с каждым из вариантов: Вариант 1: Продолжительное отсутствие развития может привести к выгоранию, потере интереса к работе и снижению продуктивности. Без приобретения новых знаний и навыков, ваши компетенции могут устареть, что затруднит поиск новой работы в будущем. Отсутствие повышения может привести к потере финансовой выгоды. Вариант 2: Рынок труда может быть конкурентным, и нет гарантии, что вы быстро найдете работу. Переход на новую работу всегда связан с определенным уровнем неопределенности. Вариант 3: Ваши усилия могут не принести желаемого результата, и компания может по-прежнему не видеть в вас потенциал для повышения. Активное предложение новых идей и взятие на себя дополнительной ответственности может быть воспринято руководством как критика текущего положения дел, что может привести к конфликтам. 2. Как вы планируете минимизировать эти риски: Вариант 1: Заниматься самообразованием, посещать онлайн-курсы, читать профессиональную литературу, чтобы поддерживать свои навыки в актуальном состоянии. Искать возможности для применения новых знаний на текущей работе, даже если они не входят в ваши прямые обязанности. Ставить перед собой небольшие, достижимые цели и вознаграждать себя за их выполнение. Вариант 2: Тщательно подготовить резюме и сопроводительное письмо, подчеркивая свои достижения и навыки. Расширить сеть профессиональных контактов, чтобы получать информацию о вакансиях и рекомендации. Тренироваться в прохождении собеседований. Быть готовым к тому, что поиск работы может занять 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

	Стараться получить как можно больше информации о новой работе от людей, которые там работают или работали. Четко определять свои ожидания и сравнивать их с тем, что предлагает новая компания. Вариант 3: Тщательно подготовить свои предложения, основываясь на анализе текущей ситуации и данных. Предлагать реалистичные и конкретные решения. Начинать с небольших изменений, которые можно быстро реализовать и продемонстрировать их эффективность.	
151	Ответ: В Обоснование: Вариант В является наиболее эффективным, поскольку он сочетает в себе несколько ключевых элементов: объективность, разносторонность, конкретность, актуальность	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
152	Ответ: Б Обоснование: Вариант Б является наиболее важным первым шагом, поскольку он определяет фундамент для всей траектории профессионального роста. Без четкого понимания своих интересов, ценностей и целей, все остальные шаги могут быть неэффективными или привести к разочарованию.	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
153	1. Анализ требований рынка труда включает в себя изучение: Тенденций в отрасли: какие технологии, методы и подходы становятся доминирующими? Требований к вакансиям: какие навыки и компетенции наиболее часто упоминаются в объявлениях о работе? Прогнозов развития рынка: какие профессии и отрасли будут востребованы в будущем? Изменений в законодательстве и регулировании: какие новые требования предъявляются к специалистам в вашей области? 2.Для достижения карьерных целей необходимо развивать широкий спектр навыков и компетенций, которые можно условно разделить на несколько категорий: -Профессиональные: это навыки, непосредственно связанные с профессиональной деятельностью. Их перечень сильно зависит от конкретной отрасли и должности	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	-Социальные: эти навыки важны для эффективного взаимодействия с другими людьми. Коммуникативные навыки. Навыки межличностного общения. Навыки работы в команде. Лидерские навыки. -Управленческие навыки: Необходимы для эффективного руководства людьми и процессами, особенно при продвижении по карьерной лестнице. Навыки планирования и организации. Навыки принятия решений. Навыки управления временем -Навыки саморазвития: Эти навыки позволяют вам постоянно расти и развиваться как профессионал. Обучаемость. Критическое мышление. Креативность. Самомотивация. Управление стрессом. Адаптивность	
154	1. Ключевые навыки в сфере цифрового маркетинга можно разделить на несколько категорий: - Технические навыки: оптимизация контента для повышения позиций в поисковой выдаче, продвижение бренда и контента в социальных сетях, создание и распространение контента для привлечения и удержания целевой аудитории. - Аналитические навыки: анализ данных, A/B тестирование, знание пути клиента от первого контакта с брендом до совершения покупки и умение оптимизировать этот путь. - Социальные навыки: коммуникация, работа в команде, креативность, адаптируемость, управление временем. 2. Требования рынка труда для маркетологов в сфере цифрового маркетинга: Оптимизация контента для поисковых систем. Продвижение в социальных сетях. Создание и распространение ценного контента для привлечения и удержания целевой аудитории. Организация e-mail-рассылок для взаимодействия с клиентами. Анализ данных о поведении пользователей на сайте и в социальных сетях. Настройка и управление рекламными кампаниями с оплатой за клик. 3. План выстраивания траектории собственного профессионального роста в области цифрового маркетинга на ближайший год.	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

	Этап 1: Оценка текущего уровня (1 месяц) Этап 2: Базовое обучение (3 месяца) Этап 3: Практика (4 месяца) Этап 4: Углубленное обучение и специализация (4 месяца) Данный план является общим, и его необходимо адаптировать под индивидуальные цели, возможности и ресурсы. Важно также помнить о том, что цифровой маркетинг – это постоянно развивающаяся область, поэтому необходимо постоянно учиться и совершенствовать свои навыки.	
155	Ответ: БВГ Обоснование: Б. Ведение дневника достижений и неудач помогает анализировать свой прогресс, выявлять сильные и слабые стороны. В. Регулярная оценка компетенций и навыков позволяет определить области, требующие дальнейшего развития. Г. Обсуждение прогресса с коллегами обеспечивает получение обратной связи и поддержку.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
156	1. Ключевыми компонентами успешной карьеры являются: Четкое понимание своих карьерных целей, желаний и ценностей является основой для построения успешной карьеры. Разработка стратегии достижения поставленных целей. Постоянное обучение, самообразование и приобретение новых навыков и компетенций, востребованных на рынке труда. Установление и поддержание контактов с коллегами, партнерами, руководителями и экспертами в вашей области. Успешная карьера требует гибкости, готовности к изменениям и способности быстро адаптироваться к новым условиям. Регулярная оценка своих навыков и компетенций, анализ достигнутых результатов. Важно находить баланс между работой и личной жизнью, чтобы избежать выгорания. 2. Этапы профессиональной карьеры: Обучение и подготовка: получение образования и приобретение базовых навыков, необходимых для работы. Начало карьеры: поиск первой работы, получение опыта и адаптация к профессиональной среде. Рост и развитие: повышение квалификации, приобретение новых навыков, продвижение по службе, расширение зоны ответственности.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Зрелость: достижение пика карьеры, реализация профессионального потенциала, передача опыта молодым специалистам. Завершение карьеры: выход на пенсию или изменение сферы деятельности.	
157	1. В данной ситуации, можно выделить следующие риски по степени важности: 1)Потеря дохода: самый значимый риск, требующий планирования и финансовых резервов. 2)Трудности в освоении новых навыков: непосредственно влияет на успешность переквалификации. 3)Неконкурентоспособность: сложность найти работу без опыта. 4)Негативная реакция окружения: может снизить мотивацию и усложнить процесс переквалификации. 5)Неуверенность в себе: Влияет на эффективность обучения и поиска работы. 2. Минимизация выявленных рисков: Создание «подушки безопасности» для покрытия расходов в период обучения и поиска работы. Работа по совместительству, фриланс-проекты, позволяющие сохранить часть дохода. Пересмотр бюджета и сокращение необязательных расходов. Работа над собственными проектами, создание портфолио с примерами кода и реализованных задач. Общение с опытными IT-специалистами для получения советов, поддержки и рекомендаций. 3. Стратегия профессионального развития для перехода в IT-сферу: Горизонт планирования: 1-2 года. Цель: Успешное трудоустройство в IT-сфере на позицию, соответствующую вашим навыкам и интересам. Шаг 1: Определение области специализации (1 месяц) Шаг 2: Фундаментальное обучение (6-12 месяцев) Шаг 3: Создание портфолио (3-6 месяцев) Шаг 4: Поиск ментора (постоянно) Шаг 5: Стажировки и поиск работы (6-12 месяцев) Шаг 6: Получение предложения о работе в IT-сфере. Шаг 7: Адаптация и развитие (постоянно)	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
158	1. Внутренние возможности:	3 балла – полный правильный ответ;

	Вакансии в других отделах компании: это дает возможность сменить направление деятельности, получить новый опыт и, возможно, продвинуться по карьерной лестнице в другой области. Программы развития лидерского потенциала внутри компании: Участие в этих программах поможет улучшить навыки управления, лидерства и коммуникации Возможность участия в кросс-функциональных проектах. Обучение за счет компании. 2.Внешние возможности: Курсы повышения квалификации по специальности: это поможет углубить знания и улучшить навыки в выбранной области. MBA-программы в ведущих бизнес-школах: получение степени MBA может значительно улучшить ваши шансы на продвижение по карьерной лестнице, особенно на руководящие должности. Поиск ментора вне компании: наставник может поделиться опытом, дать советы и помочь в разработке стратегии карьерного развития. Смена работы в другую компанию: в некоторых случаях, смена работы может быть более быстрым путем к достижению карьерных целей. 3.Долгосрочная карьерная цель: Стать успешным топ-менеджером (управляющим директором, генеральным директором) крупной международной компании. Обоснование выбора этой цели: Амбиции и опыт: У меня есть амбиции к росту и опыт руководства небольшим отделом, что является хорошей базой для дальнейшего продвижения по карьерной лестнице. Интерес к управлению: Я посетил тренинги по лидерству и управлению, что говорит о моем интересе к данной сфере. Доступные ресурсы: Компания предоставляет возможности для обучения и развития, что может помочь в достижении этой цели. Наличие международной компании предполагает перспективы роста.	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
159	Ответ: БВГ Обоснование:	2 балла - полный правильный ответ;

	Б. Сбалансированное питание: обеспечивает организм необходимыми нутриентами для нормальной работы всех органов и систем, поддержания энергии и иммунитета. В. Качественный сон: здоровый сон необходим для восстановления организма, нормализации гормонального фона и поддержания когнитивных функций. Д. Регулярная физическая активность: напрямую влияет на укрепление сердечно-сосудистой системы, мышечной массы, улучшает метаболизм и общее физическое состояние.	1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
160	Ответ: БВГ Обоснование: Б. Эргономичное рабочее место позволяет снизить нагрузку на позвоночник, суставы и мышцы, предотвращая развитие профессиональных заболеваний. В. Перерывы для разминки и упражнений для глаз помогают снять напряжение и усталость, улучшить кровообращение и предотвратить развитие синдрома "сухого глаза". Г. Достаточное освещение рабочего места снижает нагрузку на глаза и предотвращает развитие головных болей и ухудшения зрения.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
161	4231	1 балл - полное правильное соответствие; 0 баллов - остальные случаи
162	А3Б4В1Г2	1 балл - полное правильное соответствие; 0 баллов - остальные случаи
163	1. Здоровьесберегающие технологии в образовании – это система мер, которая направлена на сохранение здоровья обучающихся и мотивацию к здоровому образу жизни. Целью здоровьесберегающих образовательных технологий обучения является обеспечение возможности сохранения здоровья за время обучения в вузе, возможности сформировать необходимые знания, умения и навыки здорового образа жизни, а также обеспечение возможности активного участия в	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	профилактических мероприятиях, использования полученных знаний в повседневной жизни 2. Основные составляющие здоровьесберегающих технологий в образовании: - условия обучения (отсутствие стресса, адекватность требований, адекватность методик обучения и воспитания); - рациональная организация учебного процесса (в соответствии с возрастными, половыми, индивидуальными особенностями и гигиеническими требованиями); - соответствие учебной и физической нагрузки возрастным возможностям; - необходимый, достаточный и рационально организованный двигательный режим.	
164	1. Здоровый образ жизни – это индивидуальная система поведения человека, обеспечивающая ему физическое, душевное и социальное благополучие в реальной окружающей среде (природной, техногенной и социальной) и активное долголетие. Здоровый образ жизни создает наилучшие условия для нормального течения физиологических и психических процессов, что снижает вероятность различных заболеваний и увеличивает продолжительность жизни человека. 2. Основные составляющие ЗОЖ: - физическая активность. Регулярные физические упражнения препятствуют развитию депрессии, психоэмоциональных расстройств, помогают в лечении сахарного диабета, снижают риск возникновения рака, увеличивают прочность костных тканей, позволяют следить за весом и повышают состояние иммунитета; - здоровое питание. Рациональное питание заключается в том, чтобы ограничить употребление поваренной соли, углеводов и животных жиров (но не отказаться совсем), и увеличить употребление растительной пищи (фрукты, овощи, бобовые, орехи); - отказ от вредных привычек. Пагубные привычки, такие как курение, употребление алкоголя или наркотических веществ, наносят серьёзный ущерб здоровью человека;	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	- режим дня. Придерживание режима дня способствует нормализации функционирования организма, улучшению работы внутренних органов, а также улучшению самочувствия; - психическое здоровье. Психоэмоциональное состояние – один из определяющих факторов здорового образа жизни, который проявляется в умении контролировать эмоции, мыслить позитивно, сохранять баланс между духовным и физическим развитием.	
165	1. Основные принципы планирования рабочего времени: Выделение наиболее важных задач и выполнение их в первую очередь. Постановка реалистичных целей (важно оценивать свои возможности и планировать время с учетом своих особенностей). Разбиение больших задач на более мелкие и управляемые этапы. Планирование конкретного времени для выполнения каждой задачи. Планирование наиболее сложных задач на периоды наибольшей активности и выполнение рутинных задач в периоды спада. Оставление небольшого запаса времени для непредвиденных ситуаций. Оценка эффективности плана и внесение необходимых изменений. Применение планировщиков, органайзеров, электронных календарей и других инструментов. 2. Основные принципы планирования свободного времени: Включение в план времени для полноценного отдыха, релаксации и восстановления сил. Выделение времени для занятий, которые приносят удовольствие и помогают отвлечься от работы. Уделение времени общению с близкими людьми. Оставление места для неожиданных встреч и спонтанных решений. Предпочтение активным видам отдыха (прогулки, спорт, путешествия) пассивному времяпрепровождению (просмотр телевизора, сидение в социальных сетях). Отключение от социальных сетей и других отвлекающих факторов во время отдыха.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

166	1. Оптимальное соотношение физической и умственной нагрузки зависит от индивидуальных особенностей, таких как возраст, здоровье, профессия и личные предпочтения. Однако существуют общие рекомендации: Физическая активность: рекомендуется уделять физическим упражнениям не менее 150 минут умеренной или 75 минут интенсивной физической активности в неделю. Это могут быть занятия спортом, прогулки или активные игры. Умственная нагрузка: для поддержания умственной работоспособности хорошей практикой может быть чередование умственной активности с перерывами на физическую активность. Например, день может состоять из 1–2 часов умственной работы, после чего следует 5-10 минутная пауза с некоторыми физическими упражнениями или прогулкой. 2. Существует множество технологий и приложений, которые могут помочь в мониторинге физической и умственной активности: Фитнес-трекеры: устройства, такие как фитнес-браслеты и смарт-часы, отслеживают физическую активность, количество шагов, сердечный ритм и качество сна. Приложения для фитнеса: позволяют отслеживать тренировки, составлять планы физических упражнений и контролировать прогресс. Приложения для умственного здоровья: предлагают медитации и практики расслабления, которые помогают управлять стрессом и повысить умственную продуктивность. Планировщики задач и менеджеры времени: помогают организовать задачи и управлять временем, что улучшает эффективность работы. Приложения для мониторинга продуктивности: позволяют отслеживать время, потраченное на различные задачи, и помогают сосредоточиться на работе.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
167	А3Б1В4Г2	1 балл - полное правильное соответствие; 0 баллов - остальные случаи
168	Ответ: Г Обоснование выбора: Физические качества – качества, характеризующие физическое развитие человека, его способности к двигательной деятельности. Физическими	1 балл - полное правильное соответствие; 0 баллов - остальные случаи

	качествами называют биологические и социальные свойства человека, выражающие его физическую готовность осуществлять активную двигательную деятельность. От других качеств личности физические качества отличаются тем, что могут проявляться только при решении двигательных задач через двигательные действия. К числу основных физических качеств относят силу, выносливость, ловкость, быстроту и гибкость.	
169	1. Работоспособность – потенциальная возможность человека выполнять целесообразную, мотивированную деятельность на заданном уровне эффективности в течение определенного времени. Зависит от внешних условий деятельности и психофизических резервов человека. Утомление – это функциональное состояние, временно возникшее под влиянием продолжительной или интенсивной работы и приведшее к снижению её эффективности. Сопровождается потерей интереса к выполняемой работе, преобладанием мотивации на прекращение деятельности, негативными эмоциональными реакциями. 2 Рекомендации по оптимальному сочетанию физической и умственной нагрузки: - делать перерывы между умственной деятельностью. Каждые 45–60 минут умственной работы следует выполнять физические упражнения на разные группы мышц; - сложность и нагрузка физических упражнений в перерывах умственной работы должны соответствовать интенсивности интеллектуальной деятельности; - использовать следующие формы физической культуры в режиме учебного дня: утреннюю гигиеническую гимнастику, физкультурную паузу, физкультминутку и т.д. Для оптимального взаимодействия между умственной и физической работоспособностью рекомендуется проводить 2 занятия в неделю с режимом средней интенсивности (пульс 130–160 уд./мин.). Важно учитывать, что для людей с ослабленным здоровьем и высоким уровнем тренированности в режимы занятий могут быть внесены коррективы.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
170	Ответ: Б Обоснование выбора:	1 балл - полное правильное соответствие;

	Специальная физическая подготовка обеспечивает избирательное развитие отдельных групп мышц, несущих основную нагрузку при выполнении специализированных для конкретного вида спорта или профессии упражнений	0 баллов - остальные случаи
171	Ответ: Б Обоснование выбора: Педагогический процесс специально направленного и избирательного использования средств физической культуры для подготовки человека к определенной профессиональной деятельности называется «Профессионально-прикладная физическая подготовка» Результатом этого процесса является приобретение обучающимися знаний, умений и навыков, психофизических и специальных качеств, необходимых в будущей профессиональной деятельности	1 балл - полное правильное соответствие; 0 баллов - остальные случаи
172	1. Аспекты, в которых проявляется связь ППФП и здорового образа жизни: - профилактика заболеваний. Рациональные и регулярные занятия физическими упражнениями в сочетании с активным режимом дня служат профилактическим средством против многих заболеваний сердечно-сосудистой, дыхательной, нервной, психической, эндокринной и других систем организма; - восстановление работоспособности. Чередование занятий умственного труда с физическими упражнениями обеспечивает более быстрое восстановление работоспособности; - формирование физических качеств. ППФП помогает развить такие качества, как быстрота, выносливость, гибкость и ловкость, которые необходимы во многих профессиях. 2. Основные факторы, определяющие конкретное содержание ППФП обучающейся молодежи: - формы (виды) труда специалистов данного профиля; - условия и характер труда; - режим труда и отдыха; - динамика работоспособности специалистов в процессе труда и специфика их профессионального утомления и заболеваемости.	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. Прикладные психофизические качества для обучающихся образовательных учреждений экономической, управленческой направленности и виды спорта, с помощью которых эти качества развиваются. - психофизические качества: выносливость, сила, коммуникативность, эмоциональная устойчивость, организаторские способности, скорость мышления; - виды спорта: легкая атлетика, спортивные игры, атлетическая гимнастика.	
173	1. Основные задачи пропаганды физкультурного движения: - формирование сознательного отношения к физической культуре, выполняющей социальную, воспитательную и оздоровительную функции в современном обществе; - освещение передовой отечественной и зарубежной методики обучения и тренировки; - внедрение в работу физкультурных и спортивных организаций передового опыта по развитию физкультурно-спортивной работы; - информирование о наиболее значимых событиях физкультурной и спортивной жизни, происходящих в стране и за рубежом; - пропаганда новых видов физической активности, освещение мероприятий и компаний, направленных на вовлечение людей в активные занятия физической культурой, в том числе самостоятельные. 2. Формы пропаганды физкультурного движения: - пропагандистские публикации в печатных и электронных средствах массовой информации (статьи, передачи, репортажи); - создание физкультурно-спортивных объектов и спортивных организаций; - проведение массовых физкультурных и спортивных мероприятий, формирование спортивного образа жизни; - устная пропаганда (лекции, доклады, диспуты, встречи, устные журналы, вечера вопросов и ответов); - тематические выставки, фотоэкспозиции и конкурсы, посвящённые двигательной активности, студенческому и профессиональному спорту;	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

	- практические достижения спортсменов. В показательных выступлениях наглядно иллюстрируются достоинства и преимущества спорта. 3. Методы пропаганды физкультурного движения: - использование СМИ. СМИ могут публиковать статьи, рассказывать о достижениях спортсменов, создавать и распространять специальные программы и сериалы о спорте; - спонсорство. Крупные компании могут выступать спонсорами спортивных клубов и мероприятий. Это может быть материальная помощь, а также реклама на спортивной экипировке и рекламном пространстве в залах и на стадионах; - образование. Университеты могут обучать молодёжь различным видам спорта, организовывать соревнования и физкультурные мероприятия; - социальные медиа. В социальных сетях и мессенджерах можно создавать сообщества спортсменов и людей, интересующихся спортом, делиться информацией о тренировках и соревнованиях, снимать и публиковать видео о своих достижениях и прогрессе; - фитнес-клубы и спортивные залы. Частные компании, занимающиеся предоставлением услуг по физической культуре, активно продвигают свои услуги и организуют тренировки и занятия для различных категорий населения; - Государственные программы. Государство разрабатывает и внедряет программы по развитию и популяризации физической культуры; - спортивные события. Организация и проведение спортивных соревнований, турниров и чемпионатов являются одним из самых ярких и зрелищных способов популяризации физической культуры; - реклама. Реклама спортивных товаров и услуг, таких как спортивная экипировка, обувь, спортивное питание, может способствовать повышению интереса к занятиям спортом и физической культурой в целом.	
174	1. Субъективные данные: - самочувствие отмечается как хорошее, удовлетворительное или плохое. При плохом самочувствии фиксируется характер необычных ощущений; - сон, отмечается продолжительность и глубина сна, его нарушения (трудное засыпание, беспокойный сон, бессонница, недосыпание и др.); -	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	аппетит (отмечается как хороший, удовлетворительный, пониженный и плохой). Ухудшение аппетита, как правило, является результатом переутомления; - болевые ощущения фиксируются по месту их локализации, характеру (острые, тупые, режущие и т. п.) и силе проявления. 2. Объективные данные: - частота сердечных сокращений – важный показатель состояния организма. Частоту сердечных сокращений рекомендуется подсчитывать регулярно в одно и то же время суток в состоянии покоя; - масса тела (должна определяться периодически (1-2 раза в месяц) утром натощак, на одних и тех же весах); - рост (измеряется в см); - тренировочные нагрузки (записываются коротко и дают возможность объяснить различные отклонения в состоянии организма); - режим дня (рациональное чередование труда и отдыха, режим питания и т.д.). 3. Можно периодически дополнительно отмечать результаты наблюдения за окружностью талии и грудной клетки, жизненной емкостью легких, за развитием физической подготовленности.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
175	1. Сила в физическом воспитании – это способность человека преодолевать внешнее сопротивление или противодействовать ему за счёт мышечного напряжения. Упражнения для развития силы: - упражнения без отягощений и предметов (сгибание и разгибание рук в упоре лежа, поднимание туловища из положения лежа на спине, приседания и тд.); - упражнения на спортивных снарядах (на перекладине, на брусьях и тд.); - упражнения с предметами определенной тяжести (набивными мячами, гантелями, эспандерами и т.д.); - упражнения на тренажерах; - упражнения со стандартными отягощениями (гантелями, гирями, штангой и т.д). 2. Быстрота в физическом воспитании – это способность человека к выполнению действий в минимальный (кратчайший) промежуток 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

	Упражнения для развития быстроты: - бег с изменением скорости; - прыжки со скакалкой; - челночный бег; - бег по команде; - эстафеты и подвижные игры. 3. Выносливость в физическом воспитании – это способность человека к длительному выполнению какой-либо деятельности без снижения её эффективности. Упражнения для развития выносливости: ходьба, бег, плавание, езда на велосипеде, и другие упражнения циклического характера.	
176	1. Элементы положительного воздействия бега на организм человека: - улучшение психологического и эмоционального фона человека; - улучшение качества сна и устранение беспокойства и неврастении; - улучшение работы всех внутренних органов, в первую очередь сердечно-сосудистой системы; - очищение организма от накопившихся шлаков; - активизация работы легких; - потеря лишних килограммов, сжигание излишних жировых отложений; - укрепление нервной системы; - профилактика инфаркта миокарда и инсульта. - восстановление физической формы и сохранение здоровья. 2. Особенности техники оздоровительного бега при самостоятельных занятиях: - минимальный наклон туловища вперед, сохранение осанки (не сутулиться); - расслабленный пояс верхних конечностей, отсутствие напряжения, закрепощения в плечевых суставах (не поднимать плечи вверх); - постановка ноги на опору на переднюю часть стопы, постановка ноги на пятку или на всю стопу может считаться ошибкой; - спокойное произвольное ритмичное дыхание через нос при поддерживающем режиме беговой аэробной тренировки. При постоянной скорости бега ритм дыхания не должен изменяться.	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. Оздоровительный бег противопоказан при следующих заболеваниях: - атеросклерозе; - бронхиальной астме второй стадии; - варикозном расширении вен; - гипертонии второй и более степени; - инсульте или инфаркте, перенесенном менее года назад; - некомпенсированных формах сахарного диабета; - обострении язвы двенадцатиперстной кишки и желудка; - ожирении последней стадии, когда избыточная масса более 100 %; - ОРЗ, ангине, гриппе в острой фазе; - ревматизме максимальной степени активности; - хронических заболеваниях легких на стадии обострения; - циррозе печени, желчнокаменной болезни.	
177	1. Физическое самосовершенствование состоит из трёх основных этапов: - на первом этапе человек занимается личностным самопознанием, выделяет положительные физические и психические качества, а также отрицательные, которые нужно преодолеть. В процессе используются такие методы, как самооценка, самоанализ и самонаблюдение; - на втором этапе определяется цель, подбирается программа самосовершенствования и составляется личный план. Цель может быть обобщённой и долгосрочной (например, достичь физической культуры личности), а также чёткой и краткосрочной; - третий этап – практическое физическое самосовершенствование. Используются такие методы, как самоприказ, самовнушение, самокритика, самоодобрение, самоупражнение, самоотчёт, самоконтроль. 2. Средства физического самосовершенствования: - утренняя гигиеническая гимнастика. Помогает быстрее привести организм в рабочее состояние после пробуждения, поддерживает высокий уровень работоспособности в течение дня, совершенствует координацию нервно-мышечного аппарата, деятельность сердечно-сосудистой и дыхательной систем; - физические упражнения циклического характера. К ним относятся ходьба, бег, плавание. Рациональное сочетание таких занятий способствует	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

	совершенствованию механизмов терморегуляции, закаливанию и профилактике простудных заболеваний; - подвижные игры. Способствуют укреплению костно-мышечного аппарата, совершенствуют все функции организма, воспитывают такие важные черты характера, как коллективизм, дисциплинированность, уважительное отношение к соперникам; - спортивные игры. Служат для совершенствования физических качеств: быстроты, ловкости, выносливости; - атлетическая гимнастика. Направлена на достижение высокого уровня гармонического физического развития и укрепления здоровья занимающихся, а также на воспитание устойчивого интереса и привычки к систематическим занятиям физкультурой и спортом. 3. Мотивы для развития физического самосовершенствования: - эстетические мотивы. Желание улучшить свой внешний вид, выглядеть красиво и производить впечатление на окружающих; - оздоровительные мотивы. Желание укрепить иммунитет и здоровье, поддерживать свой организм в тонусе; - познавательно-развивающие мотивы. Желание познать своё тело, раскрыть свой потенциал и развивать такие физические качества, как работоспособность, энергичность, подвижность, гибкость, скорость, сила, выносливость; - соревновательно-конкурентные мотивы. Желание быть лучше других в каких-то конкретных аспектах или каком-то конкретном виде упражнений или спорта; - коммуникативные мотивы. Связаны с получением удовольствия от групповых занятий физической культурой и возможности видеться и общаться со своими друзьями и тренерами; - административные мотивы. Условия, требующие от тренирующегося занятий физической культурой и достижения каких-либо конкретных результатов.	
178	1. Краткая характеристика игры в футбол: Футбол – командный вид спорта, в котором цель – забить мяч в ворота соперника как можно большее количество раз за установленное время.	3 балла - полный правильный ответ;

	Краткая характеристика игры: В каждой команде 11 игроков (в том числе вратарь). Матч состоит из двух таймов по 45 минут, между ними перерыв 15 минут. Футболистам не разрешается касаться мяча руками, пока он находится в игре, за исключением вратарей в пределах штрафной площади. Передавать мяч можно ногами, грудью, головой. Побеждает команда, которая забьет больше голов к концу игры. Если на счету обеих сторон их одинаковое количество, объявляется ничья или игра переходит в дополнительное время или серию пенальти в зависимости от формата соревнования. 2. Краткая характеристика игры в баскетбол. Баскетбол – командная спортивная игра, цель которой забросить руками мяч в подвешенную корзину. Краткая характеристика игры: В каждой команде 5 игроков (замены не ограничены). Цель игры: забросить мяч в кольцо с сеткой (корзину) соперника и помешать другой команде завладеть мячом и забросить его в свою корзину. Баскетбольный матч состоит из четырёх таймов (периодов) по 10 минут. При ничейном результате назначается дополнительное время – 5 минут. Мяч можно передавать, бросать, вести в любом направлении (дриблинг) только руками в соответствии с правилами. За мяч, заброшенный с игры, засчитывается 2 очка (из-за линии трёх очков – 3 очка), со штрафного – 1 очко. 3 Краткая характеристика игры в волейбол. Волейбол – командная спортивная игра, в которой две команды соревнуются на специальной площадке, разделённой сеткой. Цель игры – направить мяч на сторону соперника так, чтобы он приземлился на площадке противника, либо чтобы игрок защищающейся команды допустил ошибку. Краткая характеристика игры: Неконтактный вид спорта. В каждой команде 6 игроков. В каждой партии команде разрешено сделать максимум 6 замен (одновременно можно заменять сразу нескольких игроков).	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

	За один розыгрыш команде разрешается касаться мяча только 3 раза (блокирование не считается касанием). Запрещается ловить, бросать или удерживать мяч. Переход игроков осуществляется по часовой стрелке. Команда должна переходить после того, как вначале очко набрал соперник, а затем – команда. В волейболе 3 партии, каждая играется до 25 очков (для победы в партии должна быть разница в 2 очка). Каждая команда в каждой партии имеет право взять 2 тайм-аута длительностью 30 секунд каждый. На подачу даётся 8 секунд с момента свистка судьи. Подача совершается только одной рукой.	
179	15234	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
180	А2Б3В4Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
181	Ответ: АБГ Обоснование выбора: К физическим опасным и вредным производственным факторам относятся такие факторы, которые могут оказать физическое воздействие на работников в производственной среде: движущиеся машины и механизмы, повышенная или пониженная температура поверхностей оборудования и изделий, повышенный уровень шума, вибрации, влажности воздуха на рабочем месте.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
182	1. Профессиональный риск – это вероятность причинения вреда здоровью работника вследствие воздействия вредных и опасных производственных факторов. Основные принципы оценки профессиональных рисков: Системность: Оценка должна охватывать все виды деятельности и все рабочие места. Комплексность: необходимо учитывать все факторы, влияющие на уровень риска. Объективность: Оценка должна основываться на достоверных данных и результатах измерений.	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

	Документированность: Результаты оценки должны быть оформлены в виде отчетов и планов мероприятий. Регулярность: Оценка должна проводиться периодически и при изменении условий труда. 2. Основные методы оценки профессиональных рисков: Матричный метод: Оценка вероятности и тяжести последствий воздействия опасных факторов, определение уровня риска с помощью матрицы. Применяется для общей оценки рисков на предприятии. Метод анализа «дерева отказов»: Определение причин и последовательности событий, приводящих к нежелательным последствиям. Применяется для анализа сложных технических систем и процессов. Метод анализа «дерева событий»: Определение возможных последствий развития событий после возникновения определенного события. Применяется для оценки рисков, связанных с авариями и катастрофами. Метод анализа опасности и работоспособности (HAZOP): Систематическое выявление опасностей и отклонений от нормального режима работы оборудования. Применяется для оценки рисков на химических и нефтехимических предприятиях.	
183	А3Б4В1Г2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
184	Ответ: АВГ Обоснование: Недостаточное освещение затрудняет видимость, повышая риск травм. Отсутствие техобслуживания увеличивает вероятность поломок оборудования. Несоблюдение инструкций напрямую нарушает правила безопасности. Использование СИЗ, наоборот, снижает риск. Наличие премирования за работу без травм неоднозначно и может приводить к сокрытию фактов травм, что негативно сказывается на безопасности	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
185	Работа диспетчера в логистической компании связана с рядом опасных и вредных факторов, которые, в основном, обусловлены сидячим образом жизни и интенсивной информационной нагрузкой. В целом, все опасности можно разделить на несколько групп:	2 балла - полный правильный ответ;

	Эргономические факторы: длительное пребывание в сидячем положении, неправильная организация рабочего места. Физические факторы: зрительное напряжение из-за длительной работы с компьютером, шум от телефонных разговоров, работы оргтехники, разговоров коллег. неблагоприятный микроклимат из-за недостаточной вентиляции, высокой или низкой температуры воздуха и повышенной влажности. Психосоциальные факторы: стресс и нервное перенапряжение из-за высокой ответственности за координацию работы водителей и транспорта, необходимость быстрого принятия решений в сложных ситуациях, ненормированный рабочий день, общение с конфликтными клиентами. Гиподинамия и малоподвижный образ жизни	1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
186	1. В офисных помещениях, несмотря на кажущуюся безопасность, существует ряд опасных и вредных факторов, которые могут негативно влиять на здоровье и работоспособность сотрудников. Эргономические факторы: - неправильная организация рабочего места может привести к болям в спине, шее, запястьях, туннельному синдрому. Меры предотвращения: Обеспечение регулируемых кресел, столов и мониторов. Обучение сотрудников правильной организации рабочего места. - длительная работа за компьютером, может привести к зрительному переутомлению, сухости глаз, головным болям. С целью предотвращения необходимы регулярные перерывы, выполнение упражнений для глаз, использование увлажняющих капель для глаз. Физические факторы: - недостаточная освещенность может привести к зрительному переутомлению, головным болям, снижению работоспособности. Необходимо обеспечение достаточного уровня освещенности на рабочих местах, использование ламп дневного света. - шум от оргтехники, разговоров, телефонных звонков. Может привести к раздражительности, снижению концентрации внимания, головным болям. Необходимо использование шумопоглощающих материалов, установка перегородок, ограничение громкости телефонных звонков.	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

	- высокая или низкая температура, влажность воздуха. Может привести к перегреву, переохлаждению, заболеваниям органов дыхания. Регулярное проветривание помещений, использование кондиционеров и обогревателей, увлажнителей воздуха. Психосоциальные факторы: - стресс: высокая загруженность, ненормированный рабочий день, конфликты в коллективе. Может привести к нервным срывам, депрессии, заболеваниям сердечно-сосудистой системы. Меры предотвращения: Создание благоприятной рабочей атмосферы, организация отдыха, проведение тренингов по управлению стрессом. - травмоопасность: скользкие полы могут привести к падениям и травмам. Меры предотвращения: Своевременная уборка пролитой жидкости, использование антискользящих покрытий. Неубранные провода могут привести к спотыканию и падению. Меры предотвращения: Организация кабельных каналов, своевременная уборка.	
187	Ответ: В Обоснование выбора: Углекислотный огнетушитель не проводит электрический ток и не повреждает оборудование, что делает его оптимальным для тушения электроустановок под напряжением. Порошковые также могут применяться, но их применение может приводить к выходу из строя оборудования.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
188	Ответ: БГД Обоснование: Проветривание снижает концентрацию газа. Немедленный вызов аварийной службы – приоритетная задача. Оповещение соседей помогает предотвратить возможные трагедии. Любые действия, связанные с огнем или искрами, категорически запрещены	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
189	К нарушениям техники безопасности в данной ситуации можно отнести: отсутствие средств индивидуальной защиты (страховочный пояс и каску, предназначенные для защиты от падения с высоты и ударов), несоблюдение правил использования страховочного оборудования при работе на высоте, бездействие руководителя и нарушение в системе контроля за соблюдением требований охраны труда на предприятии.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	Возможные последствия: Падение с высоты и, как результат, травмы различной степени тяжести, включая переломы, травмы головы, позвоночника, и даже смертельный исход. В случае несчастного случая работодатель (и, в частности, непосредственный руководитель) может быть привлечен к административной или уголовной ответственности.	
190	Получив информацию о выбросе хлора, я буду действовать в следующей последовательности: Оценка ситуации (характер аварии, направлении ветра, масштабах зоны поражения; информация о местонахождении (внутри помещения, на улице и насколько близко к зоне поражения); ресурсы и возможности (наличие СИЗ, транспорта и т. д.) и ближайшее безопасное укрытие. Этот шаг критически важен для понимания масштабов угрозы и принятия обоснованных решений. 1. Действия по защите себя: Если я нахожусь в помещении: немедленно закрыть окна и двери, уплотнить щели (с помощью мокрой ткани, скотча). Выключить системы вентиляции и кондиционирования. Хлор тяжелее воздуха, поэтому укрытие в помещении, особенно на верхних этажах, является эффективной мерой защиты, а герметизация предотвращает проникновение газа. Если я нахожусь на улице: покинуть зону поражения, двигаясь перпендикулярно направлению ветра (такое движение снижает вероятность попадания в зону поражения). Постараться найти ближайшее укрытие (здание, возвышенность). Использование СИЗ (при наличии): надеть противогаз или ватно-марлевую повязку, смоченную в 2%-ном растворе пищевой соды (если нет противогаза). Оповещение и помощь другим: Предупредить окружающих о надвигающейся опасности, передать полученную информацию о действиях. Вызвать экстренные службы (скорую помощь, пожарную охрану) и сообщить о случившемся, указав местонахождение и количество пострадавших. Оказать первую помощь пострадавшим (если есть знания): вынести пострадавшего на свежий воздух, промыть глаза и кожу водой, обеспечить покой.	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

191	А3Б4В1Г2Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
192	При проведении пешеходных экскурсий необходимо соблюдать следующие меры безопасности: • Перед началом экскурсии провести инструктаж по правилам поведения на маршруте, мерам безопасности и действиям в случае возникновения чрезвычайных ситуаций. • Экскурсовод должен знать маршрут, уметь ориентироваться на местности и оказывать первую помощь. • Маршрут должен быть безопасным, без опасных участков и с хорошим покрытием. Избегать маршрутов, проходящих по проезжей части или вблизи строек. • Экскурсовод должен контролировать группу, следить за тем, чтобы участники не отставали и не нарушали правила безопасности. • При планировании экскурсии учитывать погодные условия. В случае неблагоприятной погоды (сильный дождь, гололед) экскурсию следует отменить или перенести. • Экскурсовод должен иметь аптечку первой помощи и уметь оказывать первую помощь при травмах, обмороках и других неотложных состояниях. Необходимо оформлять страховку для каждого участника экскурсии	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
193	Оценка уровня угрозы: Неизвестный, резкий, неприятный запах указывает на возможное наличие опасного вещества в воздухе. Распространение запаха из системы вентиляции предполагает, что источник находится вне помещения или в самой системе вентиляции. Першение в горле и головокружение указывают на воздействие токсичного вещества на организм. Наличие симптомов у нескольких людей свидетельствует о системном характере проблемы. Если запах ощущается только в одном кабинете - локальная угроза. Если во всем здании - масштабная угроза. Чем дольше воздействие вещества, тем выше риск для здоровья. Неизвестное вещество может быть токсичным, раздражающим, удушающим, взрывоопасным, что представляет серьезную угрозу для жизни и	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

	здоровья. На основании этих факторов, я оцениваю уровень угрозы как высокий, требующий немедленных действий. Действия для защиты себя и окружающих: - Немедленно прекратить работу и организованно покинуть помещение, следуя к эвакуационным выходам. - Предупредить других людей в здании о запахе и необходимости эвакуации. - Использовать лестницы для эвакуации. Лифты могут остановиться из-за отключения электроэнергии, что приведет к застреванию людей. - Прикрыть органы дыхания используя подручные средства (влажные платки, шарфы) с целью снижения воздействия вредного вещества на дыхательные пути. - После эвакуации из здания позвонить в службу спасения (112 или 101) и сообщить о случившемся, указав местоположение, характер запаха и симптомы. Оказать помощь нуждающимся.	
194	При обнаружении подозрительного предмета, похожего на взрывное устройство, необходимо действовать максимально осторожно и хладнокровно. Основные правила поведения: 1. Не приближайтесь к предмету: немедленно остановитесь и оцените обстановку. 2. Не трогайте, не передвигайте и не вскрывайте предмет: любые попытки самостоятельно обезвредить предмет могут привести к взрыву. 3. Оградите опасную зону: немедленно сообщите окружающим о опасности и попросите их отойти на безопасное расстояние. 4. Сообщите о находке в правоохранительные органы: позвоните в полицию или службу спасения (102 или 112) и сообщите о находке, указав точное место обнаружения, описание предмета и любые другие детали, которые могут быть полезны. 5. Отойдите на безопасное расстояние: отойдите от подозрительного предмета на безопасное расстояние (не менее 100 метров). 6. Окажите первую помощь, если это необходимо: если рядом с предметом находятся пострадавшие, окажите им первую помощь (если вы умеете это делать).	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

	7. Не паникуйте: сохраняйте спокойствие и выполняйте указания сотрудников правоохранительных органов и служб спасения. 8. Окажите помощь при эвакуации: если поступит команда об эвакуации, спокойно и организованно покиньте опасную зону, следуя указаниям. 9. Запомните приметы подозрительных лиц: если вы заметили подозрительных людей рядом с подозрительным предметом, постарайтесь запомнить их приметы (одежда, рост, особые приметы) и сообщить о них в правоохранительные органы. 10. Соблюдайте меры предосторожности: если необходимо дождаться прибытия специалистов, оставайтесь на безопасном расстоянии и следуйте всем указаниям правоохранительных органов. Соблюдение этих правил направлено на минимизацию рисков для жизни и здоровья людей в случае взрыва. Главное – не предпринимать никаких действий, которые могут спровоцировать взрыв, и сотрудничать с правоохранительными органами.	
195	Ответ: В Обоснование выбора: В соответствии с принципами охраны труда, приоритетным является устранение источника опасности, а не смягчение его последствий с помощью средств индивидуальной защиты. СИЗ используются как дополнительная мера защиты, когда устранить опасность невозможно.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
196	Безопасность посетителей фитнес-центра обеспечивается следующими мерами: - Наличие квалифицированных тренеров, которые проводят вводные инструктажи, обучают правильной технике выполнения упражнений и следят за безопасностью тренировок. - Регулярная проверка и техническое обслуживание тренажеров и оборудования. Своевременный ремонт или замена неисправного оборудования. - Разработка и доведение до посетителей правил безопасности при занятиях в фитнес-центре. Контроль за соблюдением правил безопасности. - Наличие аптечки первой помощи, квалифицированного персонала для оказания первой помощи. Рекомендации для посетителей о необходимости консультации с врачом перед началом занятий (особенно для людей с хроническими заболеваниями).	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	- Индивидуальный подход к каждому посетителю, учет его физической подготовки и состояния здоровья. Постепенное увеличение нагрузки, избежание переутомления.	
197	Обеспечение пожарной безопасности (ПБ) на предприятии – это комплекс мер, направленных на предотвращение пожаров, снижение риска их возникновения и тяжести последствий, а также обеспечение безопасной эвакуации людей и сохранности материальных ценностей. Основные направления деятельности: 1. Организационно-правовые мероприятия: - Разработка и утверждение инструкций о мерах пожарной безопасности для каждого подразделения и вида работ. - Назначение ответственных лиц за обеспечение пожарной безопасности. - Организация обучения работников мерам пожарной безопасности (проведение инструктажей, обучение по пожарно-техническому минимуму). - Создание добровольной пожарной дружины. - Разработка плана эвакуации людей при пожаре. - Проведение противопожарных тренировок и учений. - Организация системы контроля за соблюдением требований ПБ. 2. Технические мероприятия: - Обеспечение зданий и сооружений системами автоматической пожарной сигнализации и автоматического пожаротушения. - Обеспечение зданий и сооружений первичными средствами пожаротушения (огнетушители, пожарные краны, песок). - Содержание в исправном состоянии электрооборудования, систем отопления и вентиляции. - Обеспечение надежной защиты электросетей от перегрузок и коротких замыканий. - Организация безопасного хранения горючих и легковоспламеняющихся жидкостей, газов и других пожароопасных веществ, и материалов. - Обеспечение беспрепятственного проезда пожарной техники к зданиям и сооружениям.	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. Режимные мероприятия: - Установление противопожарного режима на территории предприятия и в помещениях (запрет на курение в неположенных местах, использование открытого огня, проведение огневых работ без разрешения и т.д.). - Контроль за содержанием эвакуационных путей и выходов в свободном состоянии. - Своевременная уборка горючих отходов и мусора. Проведение регулярных осмотров помещений на предмет соблюдения требований ПБ.	
198	Способы стимулирования работников к выявлению и устранению нарушений ТБ: 1. Создание системы поощрения: выплата премий и надбавок работникам, активно выявляющим и устраняющим нарушения ТБ, объявление благодарностей и награждение ценными подарками, размещение информации о лучших работниках на доске почета. 2. Вовлечение работников в процесс управления охраной труда: создание комиссий по охране труда с участием представителей работников, проведение регулярных собраний и совещаний по вопросам охраны труда, учет предложений работников по улучшению условий труда и повышению безопасности. 3. Создание культуры безопасности: повышение осведомленности работников о требованиях охраны труда, проведение тренингов и учений по безопасности, формирование у работников чувства ответственности за свою безопасность и безопасность окружающих. 4. Обеспечение обратной связи: обязательное рассмотрение всех сообщений о нарушениях ТБ, предоставление обратной связи работникам о принятых мерах, обеспечение конфиденциальности информации о лицах, сообщивших о нарушениях. 5. Применение дисциплинарных мер к лицам, умышленно скрывающим нарушения ТБ.	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
199	51234	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

200	А5Б1В4Г2Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
201	А2Б5В4Г3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
202	1. Социально-трудовая адаптация людей с ограниченными возможностями здоровья — это деятельность по содействию приспособления человека с ОВЗ к условиям профессиональной среды (социальной и производственной), содержанию, режиму, условиям, характеру профессиональной деятельности, трудовому коллективу на основе определения оптимального уровня производственных нагрузок. Цель социально-трудовой адаптации человека с ОВЗ — создание благоприятных условий для максимально эффективной реализации трудовых возможностей и реабилитационного потенциала. Результатом социально-трудовой адаптации человека с ОВЗ является появление у него чувства удовлетворённости собой как профессионалом и своей трудовой деятельностью, рост творческой активности, достижение им профессиональных успехов. 2. К основным мероприятиям, способствующим социально-трудовой адаптации людей с ОВЗ, можно отнести следующие: - создание специально созданных условий труда; - создание специального рабочего места (к примеру, обеспечение рабочего места специализированным основным и вспомогательным оборудованием); - обеспечение техническими средствами, необходимыми для эффективного выполнения профессиональной деятельности; - социально-психологическое и социальное сопровождение в процессе закрепления на рабочем месте (наставничество).	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
203	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Это – прямой элемент программы «Доступная среда», направленной на устранение физических барьеров. Пандусы, лифты, тактильная плитка, звуковые светофоры, адаптированные	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	сайты — всё это часть мер, обеспечивающих доступ к объектам, транспорту, информации. Программа «Доступная среда» реализуется в России с 2011 года и включает техническое переоснащение городской инфраструктуры с целью предоставить людям с ограниченными возможностями свободу передвижения и пользования общественными услугами.	
204	Ответ: В Обоснование выбора: В**.** МСЭ (медико-социальная экспертиза) **—** это специализированный орган, который проводит освидетельствование граждан и присваивает группу инвалидности**.** На основании полученных медицинских данных, функционального состояния человека и оценки его социальных потребностей разрабатывается индивидуальная программа реабилитации и абилитации (ИПРА)**.**	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
205	Ответ: АГ Обоснование выбора: А. Индивидуальная адаптация рабочего места - этот метод соответствует принципу индивидуального подхода, поскольку он учитывает уникальные потребности и возможности каждого сотрудника, обеспечивая комфортные условия труда. Это повышает эффективность работы и удовлетворенность сотрудников, способствуя их успешной профессиональной реализации. Г. Инклюзивные мероприятия - эти мероприятия направлены на реализацию принципа социальной интеграции, создавая условия для активного участия сотрудников с инвалидностью в общественной жизни компании. Они способствуют улучшению взаимопонимания и формированию толерантной рабочей среды, где ценятся различия и уважаются права каждого человека.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
206	Ответ: АГ Обоснование выбора: А. Универсальный дизайн рабочего пространства - этот метод соответствует принципу инклюзивности, так как создает среду, доступную для всех сотрудников, независимо от их физических возможностей. Он устраняет барьеры и способствует интеграции людей с инвалидностью в трудовой процесс, повышая их самостоятельность и продуктивность.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	Г. Профессиональная переподготовка и повышение квалификации - этот метод поддерживает принцип доступности, предоставляя возможность лицам с инвалидностью получать новые знания и навыки, необходимые для успешного выполнения профессиональных обязанностей. Это помогает улучшить их карьерные перспективы и повысить конкурентоспособность на рынке труда	
207	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. В большинстве развитых стран, в том числе и в России, а также в документах Всемирной организации здравоохранения для обозначения описанной категории граждан применяется термин «лица с ограниченными возможностями здоровья». Все остиальные термины предполагают лишенность, исключенность, не учитывают возрастных особенностей и, следовательно, дискриминационный подход, который заключается в том, что у людей уже в раннем возрасте формируется комплекс неполноценности, приводящий к тому. что в дальнейшем появляются проблемы в семейной жизни, в социальной, образовательной или профессиональной интеграции и адаптации.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
208	1. Офис должен быть пространственно оформлен так, чтобы человек с ОВЗ имел возможность перемещаться на кресле-коляске. Ему необходима помощь в организации его дороги на работу и домой. 2. Такой человек может работать удаленно в качестве консультанта, работая с клиентами по телефону, проходить обучение (или проводить его) в формате аудио-семинаров. При работе в офисе ему необходимо обеспечить наличие свободного и безопасного подхода к рабочему месту, отсутствие лишних предметов, инструментов (оборудования); стабильность рабочей зоны; наличие маркировки материалов, инструментов с помощью меток, доступных для зрительного (осязательного) восприятия; наличие необходимого светового режима всего помещения и самой рабочей зоны.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
209	1. Инклюзивное образование способствует социальной интеграции инвалидов, позволяя им обучаться в общей образовательной среде, развивать коммуникативные навыки и чувствовать себя частью общества. Оно формирует толерантность у сверстников и снижает уровень социальной изоляции. 2. Основные трудности реализации: – нехватка квалифицированных педагогов;	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	– отсутствие адаптированной инфраструктуры и учебных материалов; – предвзятость со стороны родителей и учеников; – формальный подход образовательных учреждений.	
210	Среди основных барьеров: • недостаточное финансирование; • отсутствие информированности о возможностях технологий; • слабое межведомственное взаимодействие; • низкий уровень цифровой грамотности среди инвалидов и соцработников. Предлагаемые шаги: • государственные и муниципальные программы по цифровой инклюзии; • повышение квалификации работников социальной сферы; • информационные кампании; • привлечение НКО и бизнеса к проектам социальной направленности.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
211	1. Основные группы инвалидности в России разделяются на три категории: 1) Первая группа инвалидности — наиболее тяжёлое состояние, при котором человек имеет значительные ограничения жизнедеятельности, требующие постоянного постороннего ухода. Люди с первой группой инвалидности часто не могут самостоятельно выполнять базовые жизненные функции и нуждаются в социальном обеспечении, а также в постоянной медицинской помощи. Критерии: Ожидаемая полная или частичная утрата способности к самообслуживанию, передвижению, коммуникации или трудовой деятельности. Социальная поддержка: Пенсии, льготы на медицинские услуги, постоянный уход и помощь, а также возможное предоставление специализированных учреждений для проживания. 2) Вторая группа инвалидности — люди с инвалидностью средней степени тяжести, которые могут выполнять основные повседневные задачи, но с ограничениями. Эти люди, как правило, могут работать в условиях, адаптированных для их потребностей.	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

	Критерии: Ограничение функциональных возможностей, которое требует создания специальных условий для жизни и работы. Возможно выполнение работы, но в условиях уменьшенной нагрузки. Социальная поддержка: Пенсии, льготы на медицинское обслуживание, бесплатное или льготное обучение, трудоустройство с адаптацией рабочего места. 3) Третья группа инвалидности — легкие ограничения в деятельности, которые не мешают человеку вести обычную жизнь, но требуют минимальных условий для полноценного существования. Люди с третьей группой инвалидности часто могут работать в обычных условиях, но с учётом своих особенностей. Критерии: Незначительные нарушения, не мешающие самостоятельному выполнению большинства функций, но требующие внимания и поддержки в определённых ситуациях. Социальная поддержка: Пенсии, дополнительные льготы на медобслуживание, возможное получение специальных разрешений на работу или учебу с учётом здоровья. 2. Первая группа — самые тяжёлые ограничения, значительные потребности в социальной и медицинской помощи. Вторая группа — более мягкие ограничения, но необходима специальная адаптация условий жизни и работы. Третья группа — минимальные ограничения, возможности для самостоятельной жизни и работы с небольшой поддержкой.	
212	1. Стратегические мероприятия 1. Описать физические изменения в офисе необходимые для обеспечения доступности рабочего места для сотрудника с инвалидностью. 2. Предложить программу подготовки коллег для эффективного взаимодействия с новым сотрудником. 3. Разработать план интеграции сотрудника в коллектив 2. Суть предложенных мероприятий: 1. Физические изменения в офисе: установка пандусов и расширение дверных проемов для удобства передвижения на коляске; оснащение рабочего	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

	места спец. приспособлениями (регулируемый стол и эргономичное кресло), организация парковочных мест вблизи входа в здание. 2. Программа подготовки коллег: проведение тренингов по пониманию и поддержке людей с инвалидностью; обучение правильному общению с новыми коллегами; ознакомление с техническими средствами реабилитации, которые могут использоваться сотрудником. 3. План интеграции сотрудника в коллектив: назначение наставника из числа опытных сотрудников для помощи в адаптации; организация регулярных встреч и мероприятий, способствующих укреплению командного духа; внедрение, при необходимости, гибкого графика работы. 3. Обоснование 1. Принципы управления человеческими ресурсами: принцип равенства возможностей: создание равных условий для всех сотрудников, независимо от их физических ограничений; принцип адаптации: приспособление рабочего пространства и процессов к индивидуальным нуждам сотрудника. 2. Концепции социальной инклюзии: принятие разнообразия: признание уникальности каждого человека и уважение его прав; совместное участие: вовлечение всех членов коллектива в процессы, направленные на улучшение качества жизни и работы. Эти меры помогут новому сотруднику успешно интегрироваться в рабочую среду.	
213	1. Технические средства и ПО: использование голосовых команд и диктовки текста через специальные программы; применение эргономичных устройств ввода, таких как сенсорные панели; установка программного обеспечения для автоматического сохранения документов и файлов. Обоснование: Технические решения позволяют сотруднику продолжать выполнять свою работу, несмотря на физические ограничения, что сохраняет его продуктивность и мотивацию. 2. Организационные изменения: перераспределение задач внутри команды, чтобы сотрудник мог сосредоточиться на тех обязанностях, которые он может выполнять без значительных трудностей; введение гибкого графика	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

	работы, позволяющего сотруднику отдыхать и восстанавливаться в удобное для него время; организация удаленной работы, если это возможно и целесообразно. Обоснование: Организационные изменения помогают оптимизировать рабочий процесс, делая его более эффективным и комфортным для сотрудника, а также обеспечивают поддержку со стороны коллектива. 3. Социальные меры: проведение беседы с коллективом для объяснения ситуации и необходимости поддержки коллеги; организация тренингов по работе с коллегами, имеющими временные или постоянные ограничения здоровья; поддержка инициатив по проведению корпоративных мероприятий, направленных на укрепление командного духа и взаимопомощи. Обоснование: Социальные меры создают благоприятную атмосферу в команде, способствуют лучшему пониманию и принятию ситуации, а также укрепляют доверие и сотрудничество между коллегами. Такой комплексный подход позволит сохранить профессионализм и мотивацию сотрудника, а также обеспечит стабильную работу отдела в целом.	
214	1. Социальная мобильность влияет на личность, предоставляя возможности для улучшения социального положения, что может повысить самооценку и уверенность в себе. Однако, если перемещение вниз по социальной лестнице, это может вызвать стресс, депрессию и чувство неудачи. 2. Препятствующие факторы: экономическое неравенство, низкий уровень образования, дискриминация по полу, расе или этнической принадлежности. Содействующие факторы: доступ к качественному образованию, поддержка со стороны социальной политики, наличие карьерных возможностей и социальных сетей.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
215	1. Таким фактором, прежде всего, является отношение к человеку с ОВЗ в микросреде. Так, к формированию выученной беспомощности приводит гиперопекающее и гиперконтролирующее ближайшее социальное окружение (например, родители для ребенка с ОВЗ), в котором человека с ОВЗ «инвалидизируют», не позволяя ему проявлять инициативу, принимать собственные решения, иногда даже совершать самостоятельные действия. Также к выученной беспомощности может привести отсутствие опоры и поддержки со	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	стороны ближайшего окружения. При отсутствии помощи со стороны ближайшего окружения, человека с ОВЗ, как правило, ждет череда неудач. Ощущение напрасности усилий, невозможность изменить ситуацию как раз и может довести человека до состояния выученной беспомощности. 2. Формированию состояния выученной беспомощности у человека с ОВЗ могут способствовать качества, которые условно можно объединить под понятием «низкий адаптационный потенциал». Это, к примеру, такие качества как тревожность, обидчивость, недоверие к окружающим, неуверенность в себе, пассивность, зависимость, низкая стрессоустойчивость. 3. Чтобы преодолеть комплекс выученной беспомощности нужно создавать для человека с ОВЗ ситуации успеха.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
216	1. Три составляющие «Я-концепции» человека тесно взаимосвязаны между собой. Когнитивные установки формируют эмоциональные реакции: например, если у человека есть негативные установки в отношении своих способностей, он может испытывать чувство неуверенности в себе и страх перед неудачей. Эмоции влияют на поведение: если человек чувствует себя уверенно и позитивно, он более склонен проявлять активность, инициативу, брать на себя ответственность. Поведение может влиять на когнитивные установки и эмоции: успешный опыт и позитивная обратная связь от окружающих могут способствовать формированию более позитивных установок и повышению самооценки. 2. При позитивной когнитивной установке к ограничениям поведению человека с ОВЗ могут быть свойственны следующие особенности: активность и инициативность, ориентация на свои сильные стороны, а не на свои ограничения, использование компенсаторных механизмов, стремление к решению возникающих проблем, принятие на себя ответственности за свое поведение и за свою жизнь в целом. При негативной когнитивной установке к ограничениям человеку с ОВЗ может быть свойственно следующее: пассивность и зависимость от окружающих, фокусировка на своих ограничениях, неуверенность, страх перед неудачей, опасение дискриминации и потому – избегание социальных контактов. 3. При положительной эмоциональной составляющей по отношению к себе у человека с ОВЗ в поведении будет проявляться уверенность, открытость в	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

	отношениях, позитивный взгляд на жизнь. При отрицательной эмоциональной составляющей по отношению к себе – замкнутость и изоляция, чувство беспомощности и безнадежности.	
217	Согласно тексту, государство реализует следующие меры по содействию трудоустройству инвалидов: 1. Квотирование рабочих мест — законодательно закрепляется обязательство работодателей выделять определённое число рабочих мест для инвалидов. Это расширяет доступ к занятости. 2. Профессиональное обучение и переобучение — учитывает физические и интеллектуальные возможности инвалидов, позволяя им освоить подходящие профессии. 3. Содействие самозанятости — инвалидам помогают открыть собственное дело, предоставляют консультации и субсидии, что особенно важно для маломобильных граждан. Также упомянуто, что Центры занятости и НКО помогают инвалидам в поиске работы и адаптации на новом месте. Барьеры для трудовой интеграции включают: • Физические ограничения и отсутствие адаптированных рабочих мест (например, отсутствие лифтов, недоступный транспорт); • Социальные предубеждения работодателей, страхи и стереотипы; • Недостаток информации и квалификации у самих соискателей. Преодолеть эти барьеры можно за счёт: • повышения информированности работодателей о преимуществах найма инвалидов; • создания условий для дистанционной работы; • внедрения наставничества и программ по инклюзии. Таким образом, трудоустройство инвалидов требует комплексного подхода – и со стороны государства, и со стороны общества.	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	В тексте выделяются несколько направлений государственной социальной политики в отношении инвалидов: 1. Создание безбарьерной среды – обеспечение архитектурной и информационной доступности. Это позволяет инвалидам свободно	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	перемещаться, посещать учреждения, пользоваться транспортом, быть частью общества. 2. Доступ к образованию, медицине и трудовой деятельности – это права, которые необходимы для полноценного участия в жизни общества. Государство обязано создавать условия для их реализации. 3. Предоставление социальных услуг – как на дому, так и в учреждениях. Это может быть помощь в быту, психологическая поддержка, сопровождение и др. Также подчёркивается важная роль общества в процессе интеграции инвалидов. Уважительное отношение, инклюзивность в трудовых и образовательных коллективах, поддержка со стороны окружающих – всё это способствует формированию толерантного и справедливого общества, где инвалидность не становится причиной изоляции. Таким образом, эффективная социальная защита возможна только при совместной работе государства и общества.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
219	21534	1б — полное правильное установление последовательности; 0б — остальные случаи
220	А3Б4В2Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
221	А4Б1В2Г3Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
222	1. Цели фискальной политики включают: создание условий для экономического роста, снижение темпов инфляции, баланс в макроэкономической сфере, сглаживание колебаний экономического цикла, достижение высокого уровня занятости. 2. В период экономического кризиса правительству необходимо увеличить государственные расходы. Государство повышает государственные расходы в период спада экономики, чтобы стимулировать экономический рост и создать новые рабочие места.	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. В период стагнации экономики правительству необходимо снизить налоги. Государство снижает налоги в период спада (стагнации) экономики, чтобы стимулировать совокупный спрос.	
223	1. Для расчета NPV необходимо дисконтировать будущие денежные потоки по ставке дисконтирования и вычесть из полученной суммы первоначальные инвестиции. Проект А: Годовой денежный поток: 12 млн рублей NPV = -50 млн + (12 млн / 1.1) + (12 млн / 1.1^2) = -50 млн + 10.91 млн + 9.92 млн = -29.17 млн рублей Проект Б: Годовой денежный поток: 8 млн рублей NPV = -30 млн + (8 млн / 1.1) + (8 млн / 1.1^2) + (8 млн / 1.1^3) = -30 млн + 7.27 млн + 6.61 млн + 6.01 млн = -10.11 млн рублей Проект С: Оценка NPV затруднена из-за неопределенности будущих денежных потоков. Требуется дополнительный анализ, например, анализ чувствительности или сценарный анализ. Пока примем, что NPV не посчитать. Таким образом, оба проекта имеют отрицательную NPV, что указывает на их нецелесообразность при заданных условиях (ставка дисконтирования 10%). Однако, для проекта С NPV пока невозможно рассчитать. 2. Факторы, помимо NPV: Стратегическое соответствие: соответствует ли проект долгосрочным целям компании. Риск: какова вероятность не достижения запланированных денежных потоков. Для проекта С риск значительно выше из-за неопределенности. Ликвидность: насколько легко компания сможет продать инвестицию в случае необходимости. Синергия: приведет ли проект к повышению эффективности других операций компании. Конкурентное преимущество: позволит ли проект получить или укрепить конкурентное преимущество. Репутация: влияет ли проект на репутацию 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

	Экологические и социальные факторы: соответствует ли проект принципам устойчивого развития. Нефинансовые выгоды: может ли проект принести нефинансовые выгоды, такие как повышение квалификации сотрудников. 3. Учитывая, что оба проекта А и Б имеют отрицательную NPV, а у проекта С невозможно рассчитать NPV, лучшим решением будет отказ от реализации проектов А и Б в текущем виде. Оптимальный портфель на данный момент: Хранить 70 млн рублей на депозите, параллельно работая над улучшением проектов А, Б и углубленным анализом проекта С.	
224	Ответ: 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.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
225	Ответ: БВ Обоснование выбора: ВДС рассчитывается в основных ценах как разность между выпуском и промежуточным потреблением. Производственный метод ВВП заключается в суммировании валовой добавленной стоимости всех отраслей (секторов) экономики и чистых налогов на продукты, соответственно, ВДС это разница ВВВ и налогами.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
226	1. Принцип, который объясняет снижение спроса на яблоки при увеличении их цены, – это Закон спроса. Согласно этому закону, с увеличением цены на товар спрос на этот товар, как правило, снижается, при прочих равных условиях. 2. Эластичность спроса по цене можно вычислить по формуле: $E = \frac{\Delta Q^d}{\Delta P}$ $$E = \frac{-15\%}{10\%} = -1.5$$	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;

	Если абсолютное значение эластичности больше 1, спрос считается эластичным. В данном случае эластичность равна -1.5, что означает, что спрос на яблоки эластичен: снижение спроса на 15% при повышении цены на 10% свидетельствует о том, что потребители чувствительны к изменениям цены. 3. Если на рынок яблок выходят новые производители, то предложение увеличится. Это, скорее всего, приведет к снижению цен, если спрос останется неизменным, поскольку большее количество яблок на рынке будет конкурировать за внимание потребителей. Это явление также объясняется принципом конкуренции на рынке. Ответ: 1) Принцип, который объясняет снижение спроса на яблоки при увеличении их цены, – это Закон спроса. 2) E = -1,5, спрос считается эластичным. 3) Если на рынок яблок выходят новые производители, то предложение увеличится. Это, скорее всего, приведет к снижению цен, если спрос останется неизменным, поскольку большее количество яблок на рынке будет конкурировать за внимание потребителей. Это явление также объясняется принципом конкуренции на рынке	0 баллов - остальные случаи
227	Для принятия обоснованного экономического решения в данной ситуации рассмотрим затраты и выгоды, альтернативные издержки и влияние этого решения на финансовое положение. Вариант 1: Новый автомобиль. Стоимость нового автомобиля составляет 1 200 000 рублей. Также ежемесячные расходы на обслуживание в размере 20 000 рублей. Общая стоимость этого автомобиля в течение года составит: 1200000+(20000×12)=1440000 рублей. Вариант 2: Подержанный автомобиль. Стоимость подержанного автомобиля – 500 000 рублей, а ежемесячные расходы на обслуживание составляют 12 000 рублей. Общая стоимость этого автомобиля в течение года составит: 500000+(12000×12)=644000 рублей. Сравнивая эти два варианта, видно, что подержанный автомобиль будет дешевле на 796 000 рублей в первый год. Однако также важно учесть альтернативные издержки: если вы выберете подержанный автомобиль, вы можете сэкономить эти деньги и использовать их	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	для накоплений или других инвестиций. В долгосрочной перспективе стоимость обслуживания нового автомобиля также будет выше. Поэтому подержанный автомобиль будет более экономичным вариантом, если вы хотите минимизировать расходы. Ответ: Выберем вариант 2. Поддержанный автомобиль, т.к. будет дешевле на 796 000 рублей в первый год. Если вы выберете подержанный автомобиль, вы можете сэкономить эти деньги и использовать их для накоплений или других инвестиций. В долгосрочной перспективе стоимость обслуживания нового автомобиля также будет выше. Поэтому подержанный автомобиль будет более экономичным вариантом, если вы хотите минимизировать расходы	
228	1. Сначала определяется эффективный фонд времени работы предприятия в планируемом году в условиях прерывной рабочей недели: ТЭФ = 250 * 8 = 2 000 ч. 2. Производственная мощность предприятия равна: ПМ = (700 * 2000)/(20 * 14,3) = 4895 шт. 3. План производства книжных шкафов составляет: Ппр = 15 * 250 = 3750 шт. 4. Коэффициент использования производственной мощности равен: КиспПМ = 3750/4895 = 0,766 Итак, годовой плановой объем производства книжных шкафов равен 3750 шт., производственная мощность мебельного предприятия 4895 шт., коэффициент использования производственной мощности 0,766.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
229	В соответствии со стандартом «Бухгалтерская (финансовая) отчётность» показатели, отсутствующие у экономического субъекта, не приводятся. Бухгалтерская отчётность, как правило, не должна содержать указание на отсутствие информации (в том числе показателей), подлежащей раскрытию в соответствии с федеральными и (или) отраслевыми стандартами, у экономического субъекта.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
230	1. Финансовые инструменты для достижения целей: Покупка квартиры (5 лет): - высокодоходный накопительный счет/депозит: для краткосрочной цели необходима высокая ликвидность и минимальный риск. Это позволит копить средства без значительных колебаний стоимости.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	- облигации федерального займа (ОФЗ): относительно консервативный инструмент с доходностью выше, чем у депозита. Подходит для части средств, которую можно инвестировать на срок до 5 лет. Пенсия (долгосрочная цель): - индивидуальный инвестиционный счет (ИИС) типа А: Позволяет получить налоговый вычет на внесенные средства (до 400 000 рублей в год), что увеличивает доходность инвестиций. На ИИС можно инвестировать в акции, облигации и другие инструменты. - диверсифицированный портфель акций: акции обладают потенциалом высокой доходности в долгосрочной перспективе, но и несут более высокий риск. Важно выбирать акции разных компаний и секторов экономики. - пенсионные фонды (НПФ): Могут быть как дополнением к ИИС, так и самостоятельным инструментом. Важно тщательно выбирать фонд, учитывая его доходность, надежность и условия. Образование детей (долгосрочная цель): - отдельный брокерский счет/ИИС (если позволяет лимит): позволит вести учет средств, предназначенных для образования детей. - диверсифицированный портфель акций и облигаций: с акцентом на акции роста (технологические компании, компании сферы образования). По мере приближения к моменту оплаты обучения можно переводить средства в более консервативные инструменты (облигации). 2. Обоснование: выбор инструментов обусловлен горизонтом инвестирования, толерантностью к риску и необходимостью диверсификации. Для краткосрочной цели необходима ликвидность и низкий риск, для долгосрочных целей – потенциал высокой доходности, компенсирующий инфляцию. 3. Меры предосторожности для контроля финансовых рисков: - увеличение подушки безопасности: необходимо иметь накопления, достаточные для покрытия 6-12 месяцев расходов в случае потери работы. - Страхование: Страхование жизни и здоровья: защитит от финансовых последствий болезни или несчастного случая.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	Страхование от потери работы: может частично компенсировать потерю дохода в случае увольнения. Страхование имущества: защитит от убытков в случае повреждения или утраты имущества. - Регулярный анализ бюджета: необходимо отслеживать доходы и расходы, выявлять возможности для сокращения расходов и увеличения сбережений. - Развитие профессиональных навыков: повышение квалификации и освоение новых технологий увеличивают конкурентоспособность на рынке труда и снижают риск потери работы. - Поиск альтернативных источников дохода: фриланс, подработка, пассивный доход от инвестиций – помогут смягчить удар в случае потери основного источника дохода.	
231	Ответ: АБВ Обоснование выбора: Балансовая прибыль состоит из трёх следующих элементов: прибыль от сбыта товара, оказания услуг, проведения работ; прибыль от сбыта основных средств, их остального выбытия и реализации прочих активов компании; материальные результаты от внереализационных процессов. Или ответ можно представить в виде формулы: БП=ПРП+ППР+ПВО	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
232	1. Маркетинговые стратегии и инструменты для сглаживания сезонности: 1) Контент-маркетинг. Инструменты: публикация статей о здоровом питании зимой и весной, рецептов с использованием продуктов компании, советов по хранению органических продуктов. 2) Программы лояльности и акции: Инструменты: скидки, бонусы, подарки при покупке в несезон, специальные предложения для постоянных клиентов. 3) Партнерский маркетинг: Инструменты: сотрудничество с блогерами, фитнес-тренерами, диетологами. 4) Таргетированная реклама:	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

	Инструменты: Реклама в социальных сетях, контекстная реклама. 5) Организация мероприятий и мастер-классов: Инструменты: проведение кулинарных мастер-классов, дегустаций, лекций о здоровом питании. 2. Экономическая целесообразность контент-маркетинга: относительно недорогой метод, который может привлечь целевую аудиторию и укрепить бренд. Долгосрочная перспектива: создание лояльной аудитории, которая будет совершать покупки независимо от сезона. Экономическая целесообразность программ лояльности и акции: привлечение новых клиентов и стимулирование повторных покупок. Важно правильно рассчитать скидки, чтобы не работать в убыток. Долгосрочная перспектива: удержание клиентов и создание положительного имиджа компании. Экономическая целесообразность партнерского маркетинга: оплата производится за конкретные результаты (например, за продажи), что снижает риски. Долгосрочная перспектива: создание прочных партнерских отношений и расширение сети контактов. Экономическая целесообразность таргетированной рекламы: возможность точно настроить таргетинг и платить только за показы или клики. Долгосрочная перспектива: привлечение новых клиентов и увеличение продаж. Экономическая целесообразность организации мероприятий и мастер-классов: создание положительного имиджа компании и привлечение лояльных клиентов. Долгосрочная перспектива: Формирование сообщества вокруг бренда и увеличение продаж.	
233	а) Равновесная цена: $Q^d = Q^s$ $100 – P = 2P – 50$ $- P – 2P = - 50 – 100$ $- 3P = - 150$ $P = 50$ руб. Равновесное количество $Q^d = 100 – P = 100 – 50 = 50$ буханок	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	$Q^s = 2P – 50 = 2*50 – 50 = 50$ буханок. б) Если правительство решит снизить цену до 40 руб., стремясь стимулировать потребителя, это приведет к дефициту, т.к.: $Q^d = 100 – P = 100 – 40 = 60$ буханок. $Q^s = 2P – 50 = 2*40 – 50 = 30$ буханок Наблюдается избыточный спрос (дефицит). Ответ: а) Равновесная цена: P = 50 руб. Равновесное количество = 50 буханок. б) Наблюдается избыточный спрос (дефицит).	
234	1. Бухгалтерская прибыль = совокупный доход – явные издержки = 1200 тыс. руб. – 400 тыс. руб. – 450 тыс. руб. = 350 тыс. руб. 2. Экономическая прибыль = совокупный доход – все издержки (явные и неявные) = 1200 тыс. руб. - 400 тыс. руб. – 450 тыс. руб. – 80 тыс. руб. = 270 тыс. руб. 3. Прибыль – это конечный положительный финансовый результат (разница между доходами и расходами) хозяйствующего субъекта. Ответ: Бухгалтерская прибыль = 350 тыс. руб. Экономическая прибыль = 270 тыс. руб. Прибыль – это конечный положительный финансовый результат (разница между доходами и расходами) хозяйствующего субъекта.	
235	Ответ: Г Обоснование выбора: Источниками личного располагаемого дохода являются: заработная плата, прибыль от собственности, рентные и трансфертные платежи. Располагаемый доход люди (индивиды) направляют на потребление и сбережения. Личный располагаемый доход представляет собой часть личного дохода, которая имеется в распоряжении домохозяйства**.** Это доход, который остаётся в домохозяйствах после уплаты всех налогов, сборов и других различных государственных поступлений.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
236	1. Оценка текущего финансового положения:	3 балла - полный правильный ответ;

	В целом, финансовое положение можно оценить как удовлетворительное, но требующее внимания и улучшения. Доход позволяет покрывать текущие расходы и даже иметь некоторую свободу. 2. Риски: Высокая доля расходов на автомобиль: Кредит «съедает» значительную часть дохода. Отсутствие сбережений: не указано наличие сбережений или инвестиций, что делает человека уязвимым в случае непредвиденных обстоятельств (потеря работы, болезнь). Инфляция: рост цен может снизить покупательную способность дохода. Возможности: Повышение дохода: позволяет начать формировать сбережения и инвестировать. Молодой возраст: большой временной горизонт для достижения финансовых целей. Отсутствие иждивенцев: относительно небольшие обязательства. 3. Краткосрочные шаги (6-12 месяцев): Бюджетирование: вести учет доходов и расходов (можно использовать приложения для учета финансов). Определить категории расходов, которые можно сократить (например, развлечения, питание вне дома). Формирование финансовой подушки безопасности: начать откладывать 10-15% дохода на отдельный сберегательный счет. Цель - создать запас средств, равный 3-6 месячным расходам. Оптимизация кредита: рассмотреть возможность рефинансирования автокредита для снижения процентной ставки или ежемесячного платежа. Поиск дополнительных источников дохода (опционально): рассмотреть возможность подработки или монетизации хобби.	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
237	Изменение количества оборотов т длительность оборота оборотных средств в указанные периоды оценивается с помощью индивидуальных индексов. Индекс количества оборотов: Iкс = Коб1 : Коб0 где $К_{об1}$, $К_{об0}$ – количество оборотов в текущем и базисном периодах.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	Количество оборотов базисного периода (2023 г.) известно и составляет Коб0 = 7 Количество оборотов текущего периода (2024 г.) рассчитывается по формуле: Коб1 = РП : Оср где РП – стоимость реализованной продукции в 2024 г., Оср – средние остатки оборотных средств. Так как в исходных данных имеется информация об остатках оборотных средств в 2024 г. по отдельным датам с равными интервалами, то для расчета используем формулу средней хронологической: Оср = (0,5*530 + 580 + 610 + 640 + 0,5*610) : (5-1) = 600 тыс.руб. Соответственно количество оборотов оборотных средств в 2024 г. составит: Коб1 = 2970 : 600 = 4,95 или 5 об. Индекс количества оборотов: Ікоб = 5 : 7 = 0,7 *Вывод: в 2023 г. в сравнении с 2024 количество оборотов снизилось на 30%.* Индекс длительности одного оборота оборотных средств: Ід = Дср1 : Дср0 где Дср1 и Дср0 – средняя длительность одного оборота (дней) относительно в текущем и базисном периодах. Дср1 = 360 :5 = 72 дня Дср0 = 360 : 7 = 51 день Ід = 72 : 51 = 1,4 Вывод: в 2024 г. по сравнению с 2023 г. средняя длительность одного оборота оборотных средств увеличилась на 40 %.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
238	1. Экономические и финансовые риски и методы контроля: 1) Недостаточная рентабельность производства. Органическое сырье может быть дороже обычного, что увеличивает себестоимость продукта. Контроль: Тщательное исследование цен на органическое сырье и поиск оптимальных поставщиков. Ведение переговоров о скидках при больших объемах закупок.	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	Анализ себестоимости производства на каждом этапе. Выявление возможностей для оптимизации процессов и снижения затрат без ущерба для качества. Проведение ценового анализа рынка. Определение оптимальной розничной цены, обеспечивающей конкурентоспособность и прибыльность. 2) Неэффективное использование маркетингового бюджета. Неправильный выбор каналов продвижения или неэффективная реклама могут привести к низкому уровню продаж и потере инвестиций. Контроль: Тщательное планирование маркетинговой кампании. Определение наиболее эффективных каналов продвижения для целевой аудитории на основе анализа рынка и данных о потребительском поведении. Тестирование различных рекламных креативов и сообщений. A/B-тестирование для выявления наиболее привлекательных и конверсионных вариантов. Постоянный мониторинг и анализ эффективности рекламных кампаний. Отслеживание ключевых показателей (CTR, CPC, CPA) и оперативная корректировка стратегии при необходимости. 3) Низкий спрос на продукт. Потребители могут быть недостаточно осведомлены о преимуществах органических продуктов или не готовы платить более высокую цену за них. Контроль: Проведение маркетинговых исследований. Оценка потенциального спроса на «Здоровый Перекус» и выявление ключевых мотивов покупки. Разработка эффективной коммуникационной стратегии. Акцент на преимуществах продукта (здоровье, экологичность, местное производство) и формирование позитивного имиджа бренда. Организация дегустаций и акций в точках продаж. Предоставление потребителям возможности попробовать продукт и убедиться в его качестве. 4) Рост конкуренции. На рынке здорового питания присутствует множество игроков, предлагающих аналогичные продукты. Контроль:	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	Анализ конкурентов. Определение их сильных и слабых сторон, а также ценовой политики. Разработка уникального торгового предложения (УТП). Выделение «Здорового Перекуса» на фоне конкурентов за счет уникального состава, вкуса или способа производства. Постоянное совершенствование продукта и маркетинговой стратегии. Адаптация к изменениям на рынке и поддержание конкурентоспособности. 2. Ключевые показатели эффективности (KPI): Объем продаж (единицы и выручка). Трафик на сайт/в социальные сети. Конверсия (посетители в покупатели). Стоимость привлечения клиента (CAC). Рентабельность инвестиций в маркетинг (ROMI). Узнаваемость бренда. Вовлеченность в социальных сетях (лайки, комментарии, репосты).	
239	А2Б3В4Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
240	Ответ: АГ Обоснование выбора: А. Участие в выборах позволяет гражданам выбирать тех, кто будет представлять их интересы на уровне власти, что является основой демократического процесса. Г. Создание и участие в общественных организациях способствует объединению усилий граждан для решения общих проблем и повышения качества жизни в сообществе, что усиливает гражданскую активность и вовлеченность.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
241	1. Право на безопасные и здоровые условия труда; право на получение информации о своих трудовых правах; право на защиту от произвольного увольнения; право на справедливую оплату труда. 2. Проведение регулярных аудитов условий труда; разработка и внедрение внутренней политики по соблюдению трудовых прав; обучение	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла - если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	сотрудников их правам и обязанностям; создание канала для анонимного обращения с жалобами. 3. Измерение уровня удовлетворенности сотрудников условиями труда; анализ количества обращений по трудовым правам; мониторинг случаев увольнения и повышения; регулярные опросы для оценки изменений в восприятии прав сотрудников.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
242	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Реализация гражданских прав должна сопровождаться ответственностью, в том числе за соблюдение законов и участие в жизни общества. Это способствует укреплению правопорядка, обеспечению стабильности и безопасности страны.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
243	Ответ: АВ Обоснование выбора: А. Активное участие в общественном обсуждении, выражение своей точки зрения и выслушивание мнений других участников важны для осознанного участия граждан в жизни общества. Это способствует развитию демократических принципов и укреплению национальной безопасности. В. Задание вопросов для более глубокого понимания ситуации также является важной частью активного участия в жизни общества. Чем больше информация о проекте и его потенциальных последствиях для безопасности и благополучия граждан, тем более осознанным будет участие в обсуждении и принятие решения.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
244	1. Участвовать в общественном обсуждении, выражая мнение, что необходимо найти баланс между экологическими интересами и потребностью в развитии городской инфраструктуры. 2. Рекомендуется рассмотреть возможность переноса строительных работ на менее экологически уязвимые участки, или использование экологически чистых технологий строительства, а также создание компенсационных зеленых зон или природных парков в других частях города. 3. Осознанное участие в общественных обсуждениях и принятии решений помогает учесть мнения различных слоев населения, способствовать конструктивному диалогу между гражданами и властями, а также повышает	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

	общий уровень доверия к правительству и способствует укреплению правопорядка.	
245	214365	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
246	А2Б1В3Г4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
247	1. Провести открытое обсуждение с командой о важности соблюдения этических стандартов; объяснить, почему предложенные решения не соответствуют корпоративным ценностям; предложить альтернативные подходы, которые соответствуют этическим нормам; создать безопасное пространство для обсуждения этических вопросов, чтобы каждый мог высказать свои опасения; при необходимости обратиться к руководству или в отдел по соблюдению этики для получения поддержки. 2. Инициировать анонимное опрос среди сотрудников для выявления уровня доверия и обеспокоенности по поводу коррупции; организовать семинар по этике и антикоррупционным мерам с привлечением экспертов; обеспечить доступ к анонимным каналам для сообщения о коррупционных действиях; поддерживать открытое общение с сотрудниками о принятых мерах и результатах расследования; создать рабочую группу для анализа ситуации и разработки рекомендаций по улучшению этической культуры в компании.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
248	1. Основные этические ценности: честность, прозрачность, ответственность, справедливость и уважение к правам других. Эти ценности способствуют созданию доверительной атмосферы и предотвращению коррупционных практик. 2. Обоснование: Демонстрация нетерпимости к коррупции формирует позитивную организационную культуру, где сотрудники понимают важность соблюдения этических норм. Это также улучшает общественное восприятие компании, повышает доверие со стороны клиентов и партнеров, что в итоге может привести к увеличению конкурентоспособности и устойчивости бизнеса. Наличие четкой антикоррупционной политики и активное ее применение	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	помогают снизить риски коррупционных действий и укрепить репутацию компании.	
249	Ответ: В Обоснование выбора: В. Несмотря на возможные трудности, честность и открытость в отношении коррупции помогают предотвратить ее распространение и поддерживать прозрачность в организации.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
250	1. Хвостов продемонстрировал такие этические принципы, как честность и недопустимость коррупции. Он отказался от предложения взятки, несмотря на возможную личную выгоду, что подтверждает его приверженность принципу добросовестного выполнения служебных обязанностей. 2. Предупреждение Хвостова о возможных последствиях для Герасимова играет ключевую роль в демонстрации нетерпимости к коррупционным действиям. Оно важно, потому что действует как профилактическая мера, направленная на предотвращение повторных попыток подкупа.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
251	1. Романов продемонстрировал высокие этические принципы, такие как честность, ответственность и приверженность законности. Гражданин Романов проявил уважение к общественному долгу и укрепил доверие к государственным органам, показав личный пример соблюдения моральных норм. 2. Как коллега Романова, Зиновьев обязан был поддержать действия своего начальника, вмешаться в ситуацию и зафиксировать факт предложения взятки. Его молчание и отсутствие инициативы могут быть расценены как попустительство или даже как косвенная поддержка коррупции. Его бездействие может стать основанием для дисциплинарных мер или даже уголовной ответственности. 3. Сообщение Романова в правоохранительные органы является важным шагом в борьбе с коррупцией и поддержке принципа правопорядка. Это действие демонстрирует приверженность антикоррупционной политике и предотвращает дальнейшие коррупционные проявления	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
252	Ответ: А Обоснование выбора:	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	А. Проведение регулярного внутреннего аудита является наиболее эффективным способом выявления и оценки коррупционных рисков, так как это позволяет систематически проверять соблюдение законодательства и внутренних норм, а также выявлять потенциальные уязвимости в процессах управления. Регулярные аудиты помогают не только обнаруживать нарушения, но и формировать культуру прозрачности и подотчетности внутри организации, что в свою очередь способствует снижению коррупционных рисков.	
253	Ответ: АВ Обоснование выбора: А. Проведение регулярных аудитов финансовых и управленческих процессов позволяет выявлять и предотвращать коррупционные действия, обеспечивая прозрачность и контроль за расходами и решениями. Это снижает вероятность злоупотреблений и повышает доверие со стороны сотрудников и партнеров. В. Разработка внутреннего кодекса этики и антикоррупционной политики создает четкие стандарты поведения для сотрудников, что помогает формировать антикоррупционную культуру в организации и определяет меры ответственности за нарушения.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
254	1. Непрозрачные критерии выбора поставщиков; возможность манипуляций с тендерной документацией; личные связи между сотрудниками и поставщиками; отсутствие контроля за выполнением условий контрактов. 2. Создание анонимной горячей линии для сообщений о коррупции; внедрение системы электронных жалоб с гарантией анонимности; регулярные тренинги для сотрудников по вопросам этики и антикоррупционного поведения; разработка внутреннего регламента по рассмотрению жалоб. 3. Количество анонимных сообщений о коррупции; уровень доверия сотрудников к системе (измеряемый через опросы); количество проведенных тренингов и их оценка сотрудниками; снижение числа коррупционных инцидентов.	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
255	1. Чернов продемонстрировал высокие этические принципы, такие как честность, ответственность и приверженность законам. Его решение отказаться от взятки и уведомить правоохранительные органы о предложении взятки	3 балла - полный правильный ответ;

	демонстрирует его уважение к служебным обязанностям и антикоррупционной политике. 2. Молчание и отсутствие реакции Коновалова могут рассматриваться как бездействие, которое может быть воспринято как скрытое одобрение или даже потворство коррупционным действиям. Коновалов нарушил свою ответственность за антикоррупционное поведение, и ему следовало бы вмешаться и сообщить о факте попытки дачи взятки, чтобы предотвратить дальнейшие коррупционные риски. 3. Чтобы создать эффективную антикоррупционную среду в министерстве, необходимо усилить контроль, провести обучение сотрудников по вопросам этики и борьбы с коррупцией, а также внедрить процедуры для конфиденциального сообщения о попытках дачи взятки и других коррупционных нарушениях.	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
256	1. Предложение Иванова скрыть нарушения и «найти оптимальное решение» может привести к коррупционным соглашениям с подрядчиками, направленным на сокрытие проблем в проекте. Это может создать риски для безопасности строительства и экологии, а также нарушить принципы прозрачности и законности в государственных закупках и проектах. 2. Для минимизации рисков необходимо обеспечить строгий контроль за соблюдением строительных норм и стандартов, улучшить внутреннюю отчетность и отчетность подрядчиков, разработать систему анонимных заявлений и горячих линий для выявления коррупции, а также проводить регулярные проверки и независимые аудиты строительных проектов.	2 балла - полный правильный ответ; 1 балл - если допущено одна, две или три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи
257	1. В данном случае, Яковлев стремился через подкуп убедить руководителя разрешить ему уйти в отпуск по личным обстоятельствам. Это соответствует признакам дачи взятки, которая является преступлением, предусмотренным ст. 291 УК РФ. 2. Получение имущества от Яковлева является взяткой, потому что оно передано в обмен на исполнение или неисполнение служебных обязанностей (разрешение на отпуск). Важен сам факт получения взятки за решение вопроса, который находится в компетенции руководителя. 3. Согласно ст. 290 УК РФ, для квалификации преступления в качестве получения взятки не имеет значения стоимость переданного имущества. Это	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

	может повлиять на квалификацию по степени тяжести, но само преступление остается квалифицированным как получение взятки.	
258	1. Да, действия Фирсова К.И. могут быть квалифицированы как нарушение законодательства. Указание завышенной цены контракта при наличии возможности сэкономить средства является нецелевым использованием бюджетных средств, что нарушает принципы экономности и целевого использования бюджетных ресурсов. 2. Приглашение на мероприятие может рассматриваться как предложение в виде взятки для того, чтобы повлиять на действия государственного служащего в интересах компании, что является нарушением законодательства о коррупции. Такое предложение является попыткой создания личной заинтересованности, что противоречит антикоррупционным стандартам и правилам поведения госслужащих. 3. Фирсов К.И. может быть привлечен к уголовной ответственности по ст. 285 или ст. 290 УК РФ. Возможно увольнение с госслужбы и наложение административных санкций. ООО «Стройтрест» может быть подвергнуто штрафам, санкциям и исключению из госзакупок. В случае дачи взятки - финансовые санкции и ограничения.	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

259	14235	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
260	А4Б2В5Г2Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
261	Ответ: В Обоснование выбора: Линейно-функциональная структура сочетает преимущества линейной иерархии (четкое единоначалие, прямое подчинение) с функциональным разделением труда (наличие специализированных отделов: маркетинг, финансы, производство). Руководители линейных подразделений принимают решения, опираясь на рекомендации функциональных специалистов. Такая система обеспечивает стабильность управления и профессиональную экспертизу, но может приводить к замедлению процессов из-за бюрократии.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

262	Ответ: АГ Обоснование выбора: Руководитель отдела (субъект) – ключевая фигура в организационной деятельности, так как он планирует, координирует и контролирует работу подчинённых. Его действия направлены на достижение целей организации, что делает его активным участником процесса управления. Менеджер проекта (субъект) – непосредственно влияет на выполнение задач, распределяет ресурсы и отвечает за результат. Его роль заключается в организации и руководстве, что подтверждает его принадлежность к субъектам.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
263	Ответ: В Обоснование выбора: В. JIT минимизирует страховые запасы, снижая затраты на хранение; устраняет потери (muda) за счет синхронизации поставок с производством и спросом; решает проблему дефицита: ежедневные поставки повышают доступность товара для клиентов.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
264	Ответ: АД Обоснование выбора: А. SWOT-анализ (управленческая теория) позволяет выявить внутренние (сильные/слабые стороны продукта) и внешние (возможности/угрозы рынка) факторы. Сильная сторона: экологичный состав. Угроза: высокая конкуренция. Д. Сегментация рынка (экономическая теория) предполагает разделение аудитории на группы по критериям: - демография (возраст, доход); - поведение (лояльность к «зеленым» брендам); - позволяет определить целевой сегмент (например, молодежь 20–35 лет с высоким доходом и экологическим сознанием).	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
265	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. Низкий CTR (1,2%) указывает на неэффективность креативов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	Решение: тестирование разных вариантов заголовков, изображений и CTA (например, «Узнай свой пульс за 5 секунд» vs. «Скидка 20% на умный браслет»). A/B-тестирование снижает риск субъективных ошибок, опираясь на данные. По данным HubSpot, A/B-тесты повышают CTR на 20–30%. Г. Низкая конверсия (0,8%) – многие пользователи уходят с сайта без покупки. Решение: показ персонализированных объявлений тем, кто уже проявил интерес (например, «Заверши покупку – получите бесплатную доставку!»). Ретаргетинг дешевле привлечения «холодной» аудитории (по данным AdRoll, конверсия ретаргетинга в 3–5 раз выше).	0 баллов – остальные случаи
266	1.1. Упростить процесс оплаты и добавить стимулы на этапе корзины. Действия: - внедрить одностраничный чекаут (без перехода на внешние сервисы); - добавить кнопку «Купить в 1 клик» для зарегистрированных пользователей; - разместить в корзине триггеры: «Бесплатная доставка при заказе от $50», «Последние 2 шт. в наличии!». *Обоснование:* Теория - снижение «трения» (англ. friction) на этапе покупки (модель AIDA). Практика - по данным Baymard Institute, 70% пользователей бросают корзину из-за сложного чекаута. Упрощение процесса повышает конверсию на 20–30%. 1.2. Оптимизировать карточки товаров. Действия: - добавить видеообзоры продуктов (например, «Как использовать крем?»); - указать сроки доставки и условия возврата прямо в карточке;	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

	- внедрить UGC-контент (фото реальных клиентов с хештегом #EcoBeauty). *Обоснование:* Теория - повышение доверия через социальное доказательство (теория Роберта Чалдини). Практика - видео увеличивает время на сайте (по данным Eyeview, на 88%) и снижает процент отказов. 1.3. Запустить ремаркетинг для пользователей, бросивших корзину. Действия: - настроить email-рассылку с напоминанием о корзине + персональной скидкой 10%; - показывать динамические объявления в соцсетях с товарами из корзины. *Обоснование:* Теория - повышение LTV (пожизненной ценности клиента) через повторное вовлечение. Практика - по данным SaleCycle, ремаркетинг возвращает 20–30% «потерянных» клиентов. Предложенные решения основаны на теории поведенческого маркетинга (снижение барьеров, социальное доказательство) и практике CRO (оптимизации конверсии). Они решают ключевые проблемы: сложный чекаут, недостаток информации и низкое доверие. Реализация этих шагов за 2 недели позволит повысить конверсию до целевых 4% без увеличения бюджета.	
267	Проектирование организационной системы включает следующие этапы: 1. Анализ текущего состояния – оценка существующей структуры, выявление проблем и узких мест. 2. Определение целей и задач – формулировка, каких результатов должна достичь новая структура (например, повышение гибкости, сокращение сроков принятия решений). 3. Разработка вариантов структуры – создание нескольких моделей организационной системы, которые соответствуют целям компании.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	4. Оценка и выбор оптимального варианта – анализ предложенных моделей с точки зрения эффективности, затрат и реализуемости. 5. Внедрение и мониторинг – постепенное внедрение изменений, контроль за их эффективностью и корректировка при необходимости.	
268	1. Чтобы понять текущее состояние культуры, можно использовать: - анкетирование сотрудников (например, опросник OCAI). - фокус-группы с представителями разных отделов. - анализ документов (корпоративные ценности, кодексы поведения). - наблюдение за коммуникацией в коллективе. 2. Основные меры по улучшению организационной культуры: - развитие командного духа (тимбилдинги, кросс-функциональные проекты). - гибкая система мотивации (не только KPI, но и поощрение инициативы). - открытая коммуникация (регулярные встречи с руководством, feedback-сессии). - корректировка ценностей компании – смещение акцента с конкуренции на сотрудничество.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
269	1. Для разработки новой маркетинговой стратегии компания «ЭкоПродукт» должна пройти следующие этапы: Постановка проблемы: определить ключевую проблему – снижение продаж в регионе из-за недостаточного использования цифровых каналов продвижения. Сбор информации: провести исследование рынка, изучить поведение целевой аудитории в цифровых каналах, проанализировать успешные стратегии конкурентов. Обработка и анализ информации: выявить основные причины снижения продаж. Формулирование цели: например, увеличение продаж на 10% за счет внедрения эффективной цифровой маркетинговой стратегии. Разработка альтернатив: сформулировать несколько вариантов действий, например: запуск рекламной кампании в социальных сетях,	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	создание контент-маркетинга (блоги, видеоролики) и использование таргетированной рекламы на популярных платформах. Оценка альтернатив: использовать методы анализа для оценки сильных и слабых сторон каждого варианта. Выбор решения: на основе анализа выбрать наиболее подходящий вариант, например запуск таргетированной рекламы с акцентом на экологичность продукта. Реализация и контроль: внедрить выбранную стратегию и регулярно отслеживать показатели эффективности (коэффициент, отражающий возврат инвестиций (ROI), охват аудитории, конверсия).	
270	1. На основе проведенного анализа наиболее эффективной стратегией представляется комбинация 1 и 3 альтернатив (запуск масштабной рекламной кампании и расширение каналов продвижения через социальные сети и партнерские программы). Такая комбинация стратегий позволит устранить существующие проблемы компании. 2. Для реализация выбранной стратегии необходимо разработать детальный план рекламной кампании, включая бюджетирование и сроки выполнения. Наладить сотрудничество с популярными блогерами и инфлюенсерами для продвижения тарифа в социальных сетях. Провести переговоры с потенциальными партнерами для участия в совместных маркетинговых акциях.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
271	1. Личностные предпочтения и качества, командный опыт и компетенции; эмоциональная вовлеченность, конфликт интересов, ожидание руководства, неопределенность восприятия и коммуникационные барьеры. 2. Отложенный запуск продукта: Плюсы: больше времени на устранение технических сложностей, улучшение качества продукта, снижение рисков для потребителей. Минусы: потеря конкурентного преимущества, увеличение затрат, демотивация команды из-за задержки. Запуск в срок: Плюсы: сохранение позиции на рынке, удовлетворение ожиданий акционеров, поддержание мотивации команды.	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

	Минусы: высокие риски для репутации компании, возможные судебные иски из-за проблем с безопасностью, недовольство клиентов некачественным продуктом. 3. Меры минимизации негативных последствий: Проведение обсуждений между инженерами, создание условий для конструктивного диалога и поиска компромиссов. Улучшение коммуникации: Регулярные встречи для обмена информацией и согласования планов действий. Обучение и развитие команды: Повышение квалификации сотрудников. Поощрение личной инициативы и ответственности за результаты работы. Организация тренингов по управлению стрессом, предоставление возможностей для отдыха и восстановления сил. Проведение детального анализа возможных рисков и разработка плана действий на случай непредвиденных обстоятельств. Консультация с независимыми специалистами для получения объективной оценки ситуации и рекомендаций. Готовность пересмотреть планы и стратегии в зависимости от изменений внешней среды и внутренних факторов. Постоянный контроль выполнения задач и своевременное реагирование на отклонения от плана. Поощрение инноваций и креативности.	
272	Ответ: А Обоснование выбора: А. Энергетические компании, имеющие активы в традиционной энергетике, активно диверсифицируют свои портфели, инвестируя в возобновляемые источники энергии. «ТехноИмпульс» может предложить им высокотехнологичное оборудование, обеспечивающее эффективную интеграцию возобновляемых источников энергии в существующую инфраструктуру. Ориентация на крупные компании с устойчивым финансовым положением и стратегической заинтересованностью в диверсификации рисков представляется наиболее рациональным	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	подходом, обеспечивающим стабильный спрос и высокую вероятность заключения крупных контрактов.	
273	1. Оптимален цифровой канал (соцсети + инфлюенсеры). Аргументы: 1) Точность таргетинга: 82% ЦА активно используют соцсети, что снижает риск «распыления» бюджета на нерелевантную аудиторию. 2) Экономическая эффективность: - ниже стоимость контакта (0,03vs0,03vs0,10); - выше engagement rate (8% vs 1,5%), что повышает вероятность конверсии. 3) Гибкость и измеримость: - возможность оперативно корректировать креативы и таргетинг на основе аналитики в режиме реального времени; - инфлюенсеры усиливают доверие к бренду за счёт личного влияния на ЦА. 4) Ограниченный бюджет: цифровой канал позволяет достичь максимального ROI при малых затратах. Риск традиционного канала: высокие расходы на ТВ/радио не гарантируют вовлечение молодёжи, которая меньше смотрит ТВ в прайм-тайм. 2. Цифровая стратегия лучше соответствует поведению ЦА, бюджетным ограничениям и целям кампании (вовлечение и конверсия)	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	Ответ: В Обоснование выбора: В. Этот метод предполагает использование позитивного и негативного подкрепления для формирования желаемого поведения работников. Социальное подкрепление включает похвалу, признание заслуг, награды и другие формы поощрения, которые способствуют повышению мотивации и эффективности выполнения задач.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
275	1. Внешние факторы: Текущие экономические ситуация и прогнозы на будущее могут влиять на спрос на программное обеспечение. Уровень конкуренции на существующих и потенциальных рынках.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	Законодательные и нормативные требования, касающиеся ИТ-отрасли. Появление новых технологий и изменение потребностей клиентов. Внутренние факторы: Доступность капитала для инвестиций в развитие. Наличие квалифицированных специалистов для реализации выбранных стратегий. Способность организации адаптироваться к изменениям и внедрять инновации. Производственные мощности. 2. Критерии качества управленческих решений: Целесообразность: Соответствие выбранной стратегии целям и миссии компании. Реализуемость: Возможность практической реализации стратегии с учетом имеющихся ресурсов. Эффективность: Максимизация прибыли и минимизация затрат. Гибкость: Способность стратегии адаптироваться к изменяющимся условиям. Рискоустойчивость: Минимизация возможных рисков и негативных последствий. 3. Методы анализа и прогнозирования: SWOT-анализ. PESTEL-анализ. Моделирование различных сценариев развития событий для оценки рисков и возможностей. Анализ чувствительности.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
276	1. Оценка Сложившейся Ситуации Ключевые проблемы: Необходимо определить, какие финансовые ресурсы доступны для увеличения производственных мощностей. Оценить, кадровый потенциал Проверить, соответствуют ли существующие технологии и оборудование новым производственным требованиям. Запрос на дополнительные сведения Финансовые отчеты: Текущие финансовые показатели и прогнозы доходов.	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

	Информация о квалификации и загрузке сотрудников. Технологические характеристики: Спецификации оборудования и производственных линий. Анализ конкурентов и прогнозы рыночной конъюнктуры. 2. Тактические решения: Передать часть производственных процессов сторонним компаниям для снижения нагрузки на внутренние ресурсы (аутсорсинг). Улучшить производительность за счет современного оборудования. Оптимизировать существующие процессы для повышения эффективности. Оперативные решения: Нанять временных работников для выполнения срочных задач. Ввести гибкий график работы для существующих сотрудников. 3. Потенциальные риски: Финансовые риски: Перерасход средств на внедрение новых технологий или аутсорсинг. Кадровые риски: Недостаточная квалификация временных сотрудников. Технологические риски: Неисправности нового оборудования. Стратегия минимизации: Финансовый контроль: Регулярный мониторинг расходов и корректировка бюджета. Кадровое обучение: Проведение тренингов для временных сотрудников. Техническое обслуживание: Регулярные проверки оборудования для предотвращения неисправностей.	
277	1. Для оптимизации маршрутов доставки в данной ситуации целесообразно использовать метод решения транспортной задачи, а именно алгоритм Кларка-Райта (Clark and Wright Saving Algorithm). Данный метод позволяет итеративно объединять маршруты доставки, основываясь на «выигрыше» в расстоянии при объединении двух точек в один маршрут.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2. Преимуществами являются простота реализации и относительно высокая скорость вычислений, что критично для оперативного планирования. Недостаток – метод не гарантирует нахождение глобально оптимального решения, но позволяет получить достаточно хорошее решение за короткое время. Альтернативно, можно использовать методы математического программирования, такие как метод ветвей и границ, однако они требуют больше вычислительных ресурсов.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
278	1. Возможные оперативные действия: 1) Оптимизировать креативы рекламы Проблема: низкий CTR (0,8%) указывает на неэффективность визуала или текста. Действие: заменить статичные изображения на видео-инструкцию по синхронизации бутылки с приложением. Аргумент: видео повышает вовлечение (по данным HubSpot, видео-контент увеличивает CTR на 20-30%). 2) Запустить чат-поддержку в соцсетях Проблема: 30% негатива из-за сложности синхронизации. Действие: внедрить бота в Direct с пошаговой инструкцией и ссылкой на FAQ. Аргумент: снизит нагрузку на службу поддержки и улучшит пользовательский опыт (по McKinsey, мгновенная помощь снижает негативные отзывы на 40%). 3) A/B-тестирование таргетинга Проблема: низкая конверсия при высоком трафике. Действие: разделить аудиторию: Группа A: студенты (18–24 года, интерес к ЗОЖ). Группа B: офисные работники (25–35 лет, запрос на тайм-менеджмент). Аргумент: узкий таргетинг повысит релевантность. Например, для офисных работников акцент на «борьбу с обезвоживанием во время дедлайнов». Приоритет: действия 1 и 2 – в первые 48 часов, A/B-тест – параллельно.	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. Обоснование: Оперативные меры направлены на устранение ключевых «трений» (сложность синхронизации, нерелевантный креатив). Фокус на быстрых изменениях с измеримым эффектом (CTR, конверсия, снижение негатива). Учет ограниченного времени (7 дней) требует точечных корректировок, а не стратегических изменений. Риск бездействия: потеря бюджета на неэффективную рекламу и рост негативной репутации продукта.	
279	51234	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
280	1. Для успешного анализа целевой аудитории и конкурентной среды компании «TechNova» рекомендуется использовать следующий набор инструментов и программного обеспечения для сбора данных: - Веб-скрейперы: инструменты, такие как Beautiful Soup (Python) или Scrapy, позволяют автоматизированно извлекать данные с веб-сайтов, включая сайты конкурентов, форумы, социальные сети и новостные ресурсы. - API (Application Programming Interfaces): Использование API социальных сетей для получения данных о потребительских настроениях, демографии и интересах. - сервисы мониторинга социальных сетей: платформы, такие как Brandwatch, Hootsuite Insights, Talkwalker, позволяют отслеживать упоминания бренда, ключевые слова, тренды и анализировать общественное мнение. - CRM-системы (Customer Relationship Management): сбор и анализ данных о существующих и потенциальных клиентах, их предпочтениях, истории покупок и взаимодействиях с компанией. - опросы и анкетирование: использование онлайн-платформ, таких как SurveyMonkey, Yandex Forms, для проведения опросов целевой аудитории и получения первичных данных. 2. Современные информационные технологии, такие как искусственный интеллект, могут значительно улучшить процесс анализа.	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

	С помощью продвинутых алгоритмов машинного обучения можно обнаруживать скрытые паттерны и тренды, которые могут быть не очевидны при проведении традиционного анализа. 3. Результаты анализа внешней среды, сообщений о целевой аудитории, конкурентной среде и рыночных трендах могут оказать значительное влияние на стратегию выхода. Понимание сильных и слабых сторон конкурентов позволит «TechNova» выбрать правильные подходы к позиционированию и разработать акции, которые выделят продукт на фоне конкурентов.	
281	1. Для анализа текущего состояния компании и выявления возможных направлений для улучшения можно использовать следующие источники информации: Внутренние отчеты**:** финансовые отчеты, отчеты о продажах, данные о клиентах. Маркетинговые исследования**:** анализ рынка, конкурентный анализ. Социальные сети и онлайн-отзывы**:** для оценки лояльности клиентов и качества обслуживания. Экспертные мнения**:** консультации с внешними экспертами в области управления и бизнес-развития. 2. Для оценки эффективности различных управленческих решений с точки зрения социально-экономической и финансовой результативности можно использовать следующие методы: ABC-анализ: для определения приоритетности проблем и направлений улучшения на основе принципа Парето. Диаграмма Парето: для визуализации распределения проблем и их влияния на результаты. Матрица приоритетов: для ранжирования решений по их важности и влиянию на цели компании. Финансовые показатели: ROI (коэффициент возврата инвестиций), NPV (финансовый результат), IRR (рентабельность проекта) для оценки финансовой эффективности 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 / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	3. Для мониторинга прогресса в достижении поставленных целей можно использовать следующие показатели: Финансовые показатели: рост прибыльности, снижение операционных затрат. Качество обслуживания клиентов**:** коэффициент лояльности клиентов (NPS), удовлетворенность клиентов. Производительность: показатели эффективности внутренних процессов, таких как время выполнения проектов или количество обработанных запросов.	
282	41321	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
283	Ответ: В Обоснование выбора: В. Данный вариант является наиболее рациональным, поскольку обеспечивает доступ к широкому спектру релевантной информации при минимальных финансовых затратах. Открытые базы данных и статистические сборники, как правило, содержат верифицированные данные о социально-экономических показателях, динамике рынка, отраслевых трендах, что позволяет сформировать первичное представление о проблемной области и выявить потенциальные направления для углубленного анализа. Доступ к открытым данным способствует повышению эффективности принятия управленческих решений и стимулирует инновации. В условиях ограниченности ресурсов, данный подход является наиболее оправданным с точки зрения соотношения затрат и получаемой информации	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
284	1. Источники информации: - Внутренние данные компании: Финансовая отчетность, бюджеты, данные о продажах и затратах. - Внешние данные: Макроэкономические показатели, рыночные исследования, отчеты аналитических агентств, данные о конкурентах. - Экспертные оценки: Консультации с отраслевыми экспертами, специалистами по финансам и инвестициям.	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. Показатели социально-экономической и финансовой результативности: - Доходность на инвестированный капитал (ROI): Показатель, отражающий доходность инвестиций. - Чистая приведенная стоимость (NPV): Оценка текущей стоимости будущих денежных потоков. - Внутренняя норма доходности (IRR): Показатель, характеризующий доходность проекта. - Социальная и экологическая ответственность: Влияние проекта на окружающую среду и общество. 3. Методы анализа данных: - Финансовый анализ: Анализ финансовых коэффициентов, бюджетов и прогнозов. - Сценарный анализ: Оценка различных сценариев развития проекта с учетом возможных рисков. - Статистический анализ: Использование статистических методов для оценки вероятностей и прогнозирования результатов. - Моделирование: Создание моделей для симуляции различных вариантов управленческих решений.	
285	Ответ: АГ Обоснование выбора: А. Система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) помогают собирать и анализировать данные о клиентах, их предпочтениях и поведении, что позволяет выявлять ключевые тренды и потребности на рынке. Эти данные могут быть использованы для принятия обоснованных финансово-организационных решений и формирования стратегий выхода на новые рынки. Г. Статистический анализатор, для проведения сложной статистической обработки данных. позволяет глубоко анализировать данные, выявлять статистически значимые взаимосвязи и тенденции, что критически важно для понимания внешней среды бизнеса. Это обеспечивает основательную базу для обоснования решений по стратегии и финансам	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

286	1. Источники информации: 1) Вторичные источники информации – использование баз данных, отчетов и исследований, доступных через специализированные сайты. Вторичный анализ позволяет получить обширные данные о рынке без значительных затрат времени и ресурсов. 2) Проведение онлайн-опросов – использование инструментов, таких как Yandex Forms, для получения первичной информации о потребительских предпочтениях. 2. SWOT-анализ является универсальным инструментом для понимания конкурентной позиции. Использование онлайн-платформ позволяет получать актуальные данные о том, как конкуренты ведут свой бизнес и каким образом взаимодействуют с потребителями. 3. Ключевые факторы внешней среды: 1) Политическая и правовая среда: политическая стабильность, особенности в законодательстве, торговые барьеры и др. 2) Экономическая среда: темпы экономического роста, инфляция и процентные ставки, валютные курсы, уровень доходов 3) Социально-культурная среда: культурные ценности и нормы, язык, уровень образования населения, религиозные убеждения. 4) Технологическая среда: уровень развития технологий, наличие развитой инфраструктуры, государственная поддержка инноваций. 5) Конкурентная среда: количество и сила 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
287	Ответ: АБ Обоснование выбора: В соответствии со статьей Федерального закона «О бухгалтерском учёте» годовая бухгалтерская (финансовая) отчётность состоит из бухгалтерского баланса, отчёта о финансовых результатах и приложений к ним.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
288	1.Коэффициент текущей ликвидности показывает способность организации выполнять свои краткосрочные обязательства, подлежащие погашению в течение года, за счёт оборотных активов. Этот коэффициент представляет собой отношение оборотных активов	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	организации к краткосрочным обязательствам. Уровень коэффициента зависит от отрасли производства, длительности производственного цикла, структуры запасов и ряда других факторов. Нормальным значением коэффициента текущей ликвидности считается 2, но в зависимости от форм расчётов, скорости оборачиваемости оборотных средств значение может быть и существенно ниже, но не меньше 1. 2. Коэффициент текущей ликвидности = оборотные активы : краткосрочные обязательства = 10300 : 4600 = 2,24 тыс.руб. 3. Вывод: так как коэффициент текущей ликвидности больше 2, то можно сделать вывод о том, что организация является платёжеспособной.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
289	1. Точка безубыточности (в единицах) = 5000000 руб. / (500 руб. - 300 руб.) = 25000 единиц 2. Точка безубыточности (в рублях) = 25000 единиц * 500 руб. = 12500000 руб. 3. Изменение цены продажи или переменных затрат напрямую повлияет на точку безубыточности. Если цена продажи увеличится, точка безубыточности снизится, так как компании потребуется продать меньше единиц продукции, чтобы покрыть постоянные затраты. И наоборот, если цена продажи снизится, точка безубыточности увеличится. Аналогично, если переменные затраты увеличатся, точка безубыточности увеличится, а если переменные затраты снизятся, точка безубыточности снизится.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
290	13256784	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
291	А5Б1В2Г3Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
292	1. Для автоматизации сбора, обработки и анализа данных о стартапах, учитывая необходимость анализа как количественных, так и качественных параметров, можно рекомендовать следующие технологии и программное обеспечение: - Big Data Platforms. - Data Visualization Tools. - Machine Learning Libraries.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- Cloud Computing Services. - Project Management Software - Business Intelligence Solutions: 2. Для обеспечения эффективного взаимодействия между аналитиками, инвестиционными менеджерами и руководством можно предложить следующие методы: - Регулярные совещания и брифинги. - Использование единых платформ для совместной работы. - Разработка стандартных процедур и шаблонов. - Обучение и повышение квалификации. - Автоматизация рутинных процессов. - Настройка системы обратной связи.	
293	1. Два метода для определения значимых трендов и факторов будущего в рамках Форсайт-технологий: Метод Дельфи. Этот метод включает в себя анонимный опрос экспертов в несколько этапов. Экспертам задаются вопросы о будущем, их ответы анализируются, обобщаются и возвращаются экспертам для пересмотра и уточнения. Процесс повторяется несколько раз, чтобы достичь консенсуса или выявить основные разногласия. Сценарное планирование. Этот метод предполагает разработку нескольких возможных сценариев будущего, основанных на различных предположениях о ключевых факторах и трендах. Каждый сценарий описывает вероятное развитие событий и его последствия для компании. 2. Форсайт-технологии оказывают значительное влияние на принятие маркетинговых решений, позволяя компаниям: прогнозировать изменения в потребностях клиентов (анализ трендов и сценариев помогает понять, как изменятся потребности и предпочтения клиентов в будущем, что позволяет адаптировать продукты и услуги); определять новые рыночные возможности, оценивать риски и возможности, связанные с различными маркетинговыми стратегиями. Также форсайт стимулирует креативное мышление и помогает разрабатывать нестандартные подходы к маркетингу, которые могут обеспечить конкурентное преимущество в будущем.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

294	1. Системы мониторинга социальных сетей Обоснование: социальные сети – это кладезь информации о том, как пользователи воспринимают бренды, какие темы обсуждают, что им нравится и не нравится в продуктах конкурентов. Данные о конкурентах: Тональность упоминаний: оценка общественного мнения о конкурентах, положительные и отрицательные отзывы. Тренды и популярные темы: какие типы тренировок, особенности приложения или новые функции вызывают наибольший интерес у пользователей. Активность и вовлеченность аудитории: насколько эффективно конкуренты взаимодействуют со своей аудиторией, какие типы контента наиболее популярны. Выявление лидеров мнений и инфлюенсеров: с кем сотрудничают конкуренты, и кто оказывает влияние на целевую аудиторию. 2. Инструменты анализа трафика веб-сайтов Обоснование: анализ трафика веб-сайтов конкурентов позволяет оценить их онлайн-присутствие, источники трафика и эффективность SEO-стратегии. Данные о конкурентах: Объем и источники трафика: сколько посетителей привлекают конкуренты на свои сайты и приложения, какие каналы трафика наиболее эффективны. Ключевые слова: по каким ключевым словам конкуренты привлекают трафик из поисковых систем. Страницы-лидеры: наиболее популярные страницы на сайтах конкурентов, чтобы понять, какой контент наиболее востребован. Анализ обратных ссылок: качество и количество ссылок, ведущих на сайты конкурентов, что даст понимание их авторитетности в интернете. 3. Базы данных маркетинговых исследований Обоснование: предоставляют готовые отчеты и аналитику по рынку фитнес-приложений, трендам, потребительскому поведению и конкурентам.	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

	Данные о конкурентах: Доля рынка Демографические данные пользователей: информацию о возрасте, поле, географии и других характеристиках пользователей конкурентов. Предпочтения и потребности пользователей: какие функции и возможности пользователи ценят в фитнес-приложениях. Тенденции рынка: основные перспективы развития рынка фитнес-приложений. 4. Анализ отзывов и рейтингов в App Store и Google Play Обоснование: отзывы пользователей – это прямой источник информации об опыте использования приложения, его сильных и слабых сторонах. Данные о конкурентах: Общий рейтинг и количество отзывов: оценка популярности и качества приложения. Тональность отзывов: выявление положительных и отрицательных аспектов приложения с точки зрения пользователей. Часто упоминаемые проблемы и пожелания: определение областей, требующих улучшения или добавления новых функций.	
295	Ответ: ГД Обоснование выбора: Г. Чувствительность NPV к изменениям ключевых переменных важна, так как она позволяет оценить риски проекта и его устойчивость к неблагоприятным изменениям внешней среды. Д. Стратегическое соответствие проекта целям компании необходимо, так как инвестиции должны способствовать достижению долгосрочных целей и повышению стоимости бизнеса.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
296	1. Необходимо рассчитать амортизацию оборудования: 1200000 руб. - 150000 руб. / 6 лет = 175000 руб. в год. Затем необходимо рассчитать экономию на операционных расходах после уплаты налогов: 300000 руб. * (1 - 0,20) = 240000 руб. в год.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	Чистый денежный поток за каждый год будет равен экономии после уплаты налогов плюс амортизация: 240000 руб. + 175000 руб. = 415000 руб. в год. В последний год необходимо учесть продажу оборудования, поэтому денежный поток составит: 415000 руб. + 150000 руб. = 565000 руб. 2. Для расчета срока окупаемости необходимо суммировать денежные потоки до тех пор, пока они не превысят первоначальные инвестиции. За первые 3 года денежный поток составит: 415000 руб. * 3 = 1245000 руб. Таким образом, срок окупаемости проекта составит чуть менее 3 лет. 3. Приобретение оборудования является целесообразным, так как срок окупаемости (менее 3 лет) меньше целевого значения (4 года), установленного компанией.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
297	Ответ: В Обоснование выбора: В. Этот ответ наилучшим образом отражает умение внедрять проекты документов в управленческую деятельность, поскольку именно на этом этапе происходит интеграция разработанных документов в реальные бизнес-процессы. Внедрение подразумевает не только техническую реализацию, но и обеспечение соответствия документов заданным критериям качества, а также оценку их влияния на социально-экономическую и финансовую эффективность принимаемых решений. Остальные варианты (разработка, оценка и анализ) являются важными, но они предшествуют внедрению и не отражают процесс интеграции документов в управленческую деятельность.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
298	Ответ: БВ Обоснование выбора: Б. Оценка качества документов на основе заданных критериев отражает умение оценивать проекты документов на соответствие заданным критериям качества, что является важным этапом в информационной обработке и подготовке документов к внедрению в управленческую деятельность.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	В. Внедрение документов в управленческую деятельность показывает умение интегрировать разработанные документы в реальные бизнес-процессы, что является конечной целью информационной обработки и ключевым элементом успешного управления.	
299	462531	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
300	А4Б3В5Г1Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
301	Ответ: АБВД Обоснование выбора: А. Опросы потребителей позволяют получить информацию о предпочтениях и потребностях целевой аудитории. Б. Фокус-группы помогают глубже понять мнение потребителей относительно продуктов или услуг. В. Анализ конкурентов необходим для понимания конкурентной среды и выявления сильных и слабых сторон конкурентов. Д. Исследование трендов позволяет предугадать изменения на рынке и адаптировать стратегию к новым условиям.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
302	1. Определить ключевые характеристики и потребности целевой аудитории, чтобы адаптировать продуктовое предложение. 2. Компания может позиционировать свои десерты как полезную замену традиционным сладостям для людей, заинтересованных в здоровом образе жизни, что создаст явное конкурентное преимущество.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
303	1. Ключевые сегменты: Молодежь (18-35 лет) Зрелые спортсмены (36-50 лет) — профессионалы и любители Любители фитнеса (25-45 лет) — регулярно посещающие тренажерный зал. 2. Наиболее перспективным сегментом является молодежь (18-35 лет). Этот сегмент является активными пользователями социальных сетей следящие за трендами, предпочитающие стильную и функциональную одежду. Молодежь, также склонна к экспериментам и готова пробовать новые бренды, особенно если они предлагают уникальные и стильные	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

	решения. Важными факторами являются удобство, экологичность материалов и возможность самовыражения через одежду. 3. Продукция будет позиционироваться как современная, стильная и доступная спортивная одежда, сочетающая в себе высокие технологические характеристики и уникальный дизайн. Акцент на экологичности производства и поддержке активного образа жизни. Использование социальных сетей для привлечения целевой аудитории. Сотрудничество с популярными блогерами и спортсменами (инфлюенсеры). Партнерства с онлайн -магазинами. Участие в спортивных событиях и фестивалях.	
304	Ответ: АБГ Обоснование выбора: А. Сезонность спроса может влиять на изменение цен в зависимости от времени года или других периодов повышенного/пониженного интереса к продукту. Б. Экономическая ситуация в стране влияет на покупательную способность населения и общую инфляцию, что также отражается на уровне цен. Г. Уровень конкуренции определяет, насколько компания может варьировать свои цены без потери доли рынка	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
305	1. Метод фокус-группы, т.к. этот метод позволяет глубоко понять мнение потенциальных покупателей и выявить их ожидания относительно нового товара. 2. Причины выбора данного метода: Глубина анализа: позволяет получить детальную обратную связь от участников относительно восприятия бренда, характеристик продукта и предпочтений потребителей. Интерпретация мнений: возможность прямого взаимодействия с целевой аудиторией помогает лучше понять мотивы покупок и предпочтения. Обратная связь в режиме реального времени: участники могут обсуждать продукт между собой, предлагая идеи и выявляя слабые стороны продукта.	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

	Адаптация стратегии: Полученные данные позволяют быстро адаптировать стратегию продвижения и характеристики продукта до запуска. 3. Вопросы для участников: Какие функции или особенности ожидаете увидеть в новом товаре? Какие факторы влияют на ваш выбор? Что вы думаете о нашем бренде?	
306	1. Для нового высокотехнологичного продукта, не имеющего аналогов на рынке, рекомендуется использовать стратегию снятия сливок. Эта стратегия предполагает установку высокой начальной цены, чтобы максимизировать прибыль от первых покупателей, готовых заплатить высокую цену за инновационный продукт. 2. Обоснование выбора: Высокая цена позволяет покрыть расходы на исследования и разработки. Продукт привлекает внимание ранних последователей, которые готовы платить за новизну и эксклюзивность. По мере насыщения рынка цена может постепенно снижаться, привлекая более широкий круг потребителей. 3. Расчет оптимальной цены методом «затраты плюс» Формула расчета цены методом «затраты плюс» выглядит следующим образом: Цена=Себестоимость*(1+Рентабельность) = 5500*1,3 = 7150 руб. Таким образом, оптимальная цена составит 7150 рублей.	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
307	1. Факторы, влияющие на спрос: Конкуренция: Появление новых заведений поблизости или усиление маркетинговых стратегий конкурентов может привести к оттоку клиентов. Люди выбирают места, где им предлагают лучшее соотношение цены и качества, интересные акции или уникальные блюда. Экономическая ситуация: Снижение уровня доходов населения или рост безработицы заставляет людей сокращать расходы, включая посещение кафе.	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

	Изменение вкусов и предпочтений: Тенденция к здоровому питанию требует наличия в меню вегетарианских и полезных блюд, иначе часть аудитории может предпочесть другие заведения. 2. Предложения по изменению: Обновление меню: Добавить новые позиции, учитывая современные тенденции, такие как вегетарианские и полезные блюда, чтобы расширить целевую аудиторию и сохранить лояльность постоянных клиентов. Программа лояльности: Организация акций, создание системы бонусов и скидок для постоянных гостей. Внедрение специальных предложений вроде «счастливых часов» или скидок на отдельные блюда в будние дни, чтобы повысить спрос в периоды низкой посещаемости. 3. Аргументы: Обновленное меню привлечет внимание тех, кто ищет новые вкусовые впечатления, а программа лояльности создаст ощущение ценности для клиентов, увеличивая частоту визитов.	
308	А2Б4В1Г3Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
309	Ответ: А Обоснование выбора: Системный подход позволяет учитывать сложные взаимосвязи между различными факторами: изменениями законодательства, экономическими условиями и технологическими инновациями. Этот подход даёт возможность разрабатывать комплексные управленческие решения, адаптированные к динамичной среде.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
310	Ответ: АВ Обоснование выбора: Системный подход позволяет учитывать взаимосвязь между ростом цен на сырье, усилением конкуренции и изменением потребительских предпочтений. Это помогает разработать комплексную стратегию, включающую управление затратами, поиск новых поставщиков и развитие экологического бренда.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Ситуационный подход ориентирован на анализ текущей рыночной ситуации, что критично в условиях изменения стандартов и конкурентного давления. Этот подход поможет адаптировать стратегию компании к новым условиям, например, путем диверсификации поставок или внедрения инновационных решений.	
311	1. Использование научных подходов: системный подход – анализ всех элементов логистического процесса и их взаимосвязей; ситуационный подход – выбор стратегии в зависимости от специфики рынка и внутренних ресурсов. 2. Предложенные решения: оптимизация маршрутов доставки с использованием цифровых технологий; введение бонусной программы для надежных поставщиков; заключение договоров с дополнительными поставщиками для снижения риска сбоев. 3. Оценка последствий: краткосрочный эффект - снижение времени доставки, сокращение затрат; долгосрочный эффект - повышение конкурентоспособности, рост клиентской лояльности.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
312	1. Для разработки управленческого решения применим системный и ситуационный подходы: системный подход поможет рассмотреть компанию как совокупность взаимосвязанных элементов, где изменения в одной области (например, снижение продаж) требуют адаптации всей бизнес-модели; ситуационный подход позволит учесть влияние динамичной среды и выбрать наиболее подходящие стратегии, исходя из текущего положения компании. 2. Для адаптации компании к новым рыночным условиям можно предложить комбинированную стратегию, включающую: оптимизацию производственных затрат (проведение аудита бизнес-процессов, выявление неэффективных звеньев; внедрение технологий бережливого производства; развитие локального производства комплектующих для снижения зависимости от импортного сырья);	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

	развитие инновационного продукта (инвестиции в разработку и выпуск гибридных и электромобилей для соответствия новым трендам; улучшение топливной эффективности текущих моделей; поиск партнеров в сфере «зеленых» технологий для совместной работы над экологически чистыми автомобилями); конкурентная стратегия (разработка новой линейки доступных автомобилей, способных конкурировать по цене с зарубежными производителями; расширение рынка сбыта (выход на новые регионы, работа с госзаказами); улучшение условий лизинга и кредитования для клиентов); социальная значимость решений (сохранение рабочих мест путем переподготовки сотрудников для работы с новыми технологиями; экологический эффект за счет снижения выбросов CO_2 и перехода на более экологичные материалы; повышение безопасности автомобилей, улучшение стандартов эксплуатации). 3. При реализации предложенных мер можно ожидать следующие последствия: краткосрочные эффекты (6-12 месяцев) - уменьшение производственных затрат на 10-15% за счет оптимизации процессов; повышение конкурентоспособности за счет улучшения ценовой политики; перераспределение производственных мощностей на разработку новых моделей; долгосрочные эффекты (1-3 года) - укрепление позиций на рынке благодаря выпуску экологичных автомобилей; рост лояльности потребителей, заинтересованных в современных технологиях; стабильное увеличение доли рынка и выход на международные рынки.	
313	1. Для разработки управленческого решения можно использовать системный, ситуационный и ресурсный подходы: системный подход поможет рассмотреть компанию как совокупность взаимосвязанных процессов, где изменение одного элемента (цены сырья) требует адаптации всей стратегии; ситуационный подход позволит учесть влияние конкурентной среды и определить оптимальную стратегию реагирования;	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;

	ресурсный подход направлен на поиск и эффективное использование внутренних и внешних ресурсов компании. 2. Разработка управленческого решения: оптимизация себестоимости и ценообразования (проведение переговоров с поставщиками для получения скидок за оптовые закупки; поиск альтернативных поставщиков с лучшими условиями; оптимизация производственных процессов, внедрение Lean-технологий для сокращения издержек; разработка более доступных линеек продукции с сохранением качества); конкурентная стратегия и маркетинг (развитие бренда через акцент на качество и пользу органических продуктов; введение программ лояльности и скидок для постоянных клиентов; запуск рекламной кампании, подчеркивающей преимущества органической продукции (ЗОЖ, здоровье); расширение каналов сбыта, выход в онлайн-торговлю и маркетплейсы); социальная значимость решений (сохранение рабочих мест и инвестиции в обучение персонала; развитие экологической культуры среди потребителей; разработка партнерских программ с локальными фермерами, поддержка малого бизнеса). 3. Оценка последствий внедрения решений: краткосрочные эффекты (6-12 месяцев) - снижение производственных затрат на 10-15%; рост узнаваемости бренда и лояльности клиентов; увеличение продаж за счет выхода на новые каналы сбыта; долгосрочные эффекты (1-3 года) - укрепление позиций на рынке органических продуктов; снижение зависимости от одного поставщика, устойчивость к изменениям цен; рост прибыли за счет расширения клиентской базы и повышения доверия к бренду.	0 баллов – остальные случаи
314	Ответ: Б Обоснование выбора: Данное решение учитывает социальную значимость проекта, так как способствует широкому внедрению экологически чистых технологий	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	и снижает барьеры входа для потребителей. Государственные субсидии позволяют компании удерживать конкурентоспособные цены, повышая доступность продукции для массового рынка. В условиях сложной и динамичной среды такой подход помогает снизить уровень недоверия к альтернативной энергетике, стимулируя ее распространение.	
315	Ответ: АВ Обоснование выбора: Инвестирование в улучшение экологических стандартов на всех производствах представляет собой глобальный подход, который отвечает на вызовы устойчивого развития и социальной ответственности. Этот шаг направлен на улучшение экологической ситуации в масштабах всей компании, что не только снижает экологический след, но и повышает репутацию компании среди потребителей и инвесторов. Разработка локальных программ социального партнёрства позволяет компании вникать в специфику местных сообществ и активно взаимодействовать с ними. Это создает позитивный имидж и способствует формированию доверия и социальной ответственности на уровне регионов, где работает компания.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
316	Обоснование решения: системный анализ показал, что ключевая проблема – высокая себестоимость; анализ конкурентов выявил, что традиционные производители снижают цены за счет масштабирования. Реализация решений: оптимизация производственных процессов (автоматизация, поиск новых поставщиков сырья); расширение ассортимента (введение бюджетной линейки продукции); активная маркетинговая кампания с акцентом на пользу для экологии. Оценка социальных последствий: позитивные эффекты – снижение отходов, популяризация экопродукции, рост осведомленности потребителей; риски - возможные сложности с сокращением издержек без потери качества.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
317	Анализ текущей ситуации: внутренние факторы - высокая себестоимость продукции ограничивает доступность для потребителей; внешние факторы - усиление конкуренции и потребность в экологичных решениях создают одновременно угрозы и возможности.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	Выбор стратегии: наиболее сбалансированным решением является сочетание стратегии снижения издержек и выхода на новые рынки. Это позволит повысить конкурентоспособность и адаптироваться к изменяющейся среде. Меры по реализации: оптимизация цепочек поставок - переход на локальные сырьевые ресурсы; инновации - разработка энергоэффективных и бюджетных решений; маркетинговая стратегия - активное взаимодействие с государственными и корпоративными партнерами для продвижения продукции. Оценка последствий: положительные эффекты - снижение стоимости продукции и рост спроса; экологическая выгода за счет популяризации альтернативной энергии; развитие отечественных поставщиков и снижение зависимости от импортных комплектующих. риски и вызовы - возможные сложности с качеством при переходе на локальных поставщиков; необходимость инвестиций в НИОКР для разработки новых решений.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
318	Анализ текущей ситуации: экономические факторы – ограниченность бюджетных средств требует поиска альтернативных источников финансирования; технологические факторы - ИИ и IoT открывают возможности для повышения эффективности, но требуют инвестиций; социальные факторы - рост потребностей в экологичных решениях и развитии городской среды. Выбор стратегии: наиболее сбалансированное решение – стратегия диверсификации с акцентом на B2B-сегмент и участие в госпрограммах. Это позволит компании минимизировать риски, сочетая коммерческую выгоду и социальную значимость. План реализации: развитие B2B-направления через партнерства с бизнес-центрами и промышленными объектами; создание пилотных проектов с муниципалитетами для тестирования решений с минимальными затратами;	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

	поиск грантов и инвестиций на развитие технологий искусственного интеллекта и IoT; маркетинговая кампания, направленная на продвижение решений как инструментов повышения энергоэффективности и экологии. Оценка последствий: положительные эффекты - устойчивый рост компании за счет комбинированного финансирования; улучшение городской инфраструктуры и качества жизни; вклад в экологическую безопасность и цифровизацию. Риски: возможные задержки в согласовании с муниципалитетами; высокая конкуренция среди B2B-решений.	
319	462531	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
320	А4Б3В2Г5Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
321	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. SWOT-анализ – метод, который позволяет выявить сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы во внешней среде. Г. PESTEL-анализ – дает всесторонний взгляд на макроэкономические и политические условия, что особенно важно при разработке новых направлений.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
322	1. Для определения доли рынка необходимо определить объем продаж компании (V) и количество товаров, которое необходимо реализовать (N). V = 10 млн. руб./0,1=100млн. руб. N = 100 млн. руб/5 руб. = 20 млн. ед. Вычислим долю рынка фирмы. Доля рынка фирмы — это отношение количества проданных товаров к общему объему продаж (N/V): Доля рынка фирмы = 20 млн. ед./100млн. руб. = 0,2 или 20% 2. Вывод: Компания занимает значительную долю рынка – 20%, что свидетельствует о её устойчивом положении среди конкурентов. Это	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	позволяет ей оказывать заметное влияние на рыночную динамику и формировать определённые условия для ведения бизнеса.	
323	1. Расчет целевого объема рынка: Целевой объем продаж = Общий объем рынка * Целевой процент = 1,5 млрд руб. * 15% = 225 млн руб. Таким образом, необходимый объем продаж вашей компании через два года составит 225 миллионов руб. 2. Стратегические шаги для достижения цели: Улучшение качества продукции и разработки новых товаров. Увеличение маркетинговых инвестиций и активное продвижение. Расширение каналов дистрибуции и улучшение сервиса. 3. Обоснование шага 1: Инновационные продукты с новыми функциями и улучшенной надежностью могут привлечь внимание покупателей и позволить создать положительный имидж компании. Упаковка и пользовательский интерфейс также могут стать преимуществом. Обоснование шага 2: Реклама новых продуктов через различные каналы (социальные сети, телевидение, онлайн-реклама) поможет охватить большую аудиторию и повысить узнаваемость бренда. Специальные акции, скидки и программы лояльности могут стимулировать покупки. Обоснование шага 3: Оптимизация существующих и подключение новых каналов дистрибуции (онлайн-платформы, партнерские магазины, ритейлеры) обеспечит более широкий доступ к продуктам. Повышение уровня клиентского сервиса окажет положительное влияние на удержание клиентов.	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
324	1. К уже существующей системе организации каналов товародвижения компания «Альфа» может рассмотреть еще несколько вариантов расширения каналов товародвижения для увеличения охвата рынка и достижения большего числа конечных потребителей: Дистрибьюторская сеть (привлечение региональных дистрибьюторов, которые будут заниматься продажей продукции компании в регионах с недостаточным развитием крупных сетей).	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;

	Партнерство с малыми и средними предприятиями (МСП) (заключение соглашений с местными торговыми предприятиями, которые будут продавать продукцию компании). Продажи через маркетплейсы (размещение продукции на популярных онлайн-площадках, таких как Ozon, Wildberries и другие). 2. Преимущества и недостатки каждого варианта Дистрибьюторская сеть («+»: Быстрое расширение географии присутствия. Минимальные затраты на логистику и складирование. Использование опыта и знаний местных партнеров. «-»: Сложность контроля качества обслуживания клиентов. Зависимость от эффективности работы дистрибьюторов). Партнерство с малыми и средними предприятиями (МСП) («+»: Доступ к уже существующим каналам сбыта. Снижение затрат на маркетинг и продвижение. Увеличение охвата аудитории за счет партнерских ресурсов. «—»: Отсутствие полного контроля над качеством обслуживания. Риск конкуренции между партнерами). Продажи через маркетплейсы («+»: Широкий охват аудитории. Низкие начальные инвестиции. Эффективное использование рекламных инструментов платформы. «—»: Высокая конкуренция. Комиссии маркетплейсов. Ограниченные возможности для построения лояльности к бренду). 3. Для компании «Альфа» оптимальным вариантом будет комбинация нескольких каналов товародвижения: Развитие дистрибьюторской сети: позволит быстро охватить регионы с недостаточной представленностью крупных розничных сетей. Продажи через маркетплейсы: обеспечат широкий охват аудитории и минимальные первоначальные вложения. Партнерство с малыми и средними предприятиями (МСП): дополнит дистрибуцию и обеспечит доступ к местным рынкам.	0 баллов – остальные случаи
325	А5Б4В1Г2Д3	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
326	Ответ: В Обоснование выбора:	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	В. Эффективная коммуникация направлена на то, чтобы передать сообщения ясно и убедительно, что является важным аспектом взаимодействия с клиентами и построения бренда. Четкость помогает избежать недопонимания и повышает степень вовлеченности аудитории.	
327	Ответ: АВД Обоснование выбора: А. Сегментирование рынка действительно помогает компаниям сосредоточиться на определённых группах потребителей, имеющих схожие характеристики и поведение, что способствует более эффективному маркетингу. В. Психографическая сегментация рассматривает такие факторы, как образ жизни, интересы, ценности и личные качества потребителей, что важно для разработки соответствующих маркетинговых стратегий. Д. Демографическая сегментация включает разделение рынка на группы по таким параметрам, как возраст, пол, уровень дохода, образование и семейное положение.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
328	Ответ: АВС Обоснование выбора: А.: Упаковка играет важную роль в формировании восприятия товара покупателями, влияет на его узнаваемость и привлекательность, а также защищает продукцию до момента покупки. В: Качество является ключевым элементом товарной политики, поскольку оно определяет удовлетворенность клиентов, лояльность и репутацию бренда. С: Создание и поддержание уникального имиджа бренда — важная составляющая товарной политики, влияющая на восприятие и предпочтения потребителей	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
329	1. Внедрение. Умные часы только вышли на рынок, и продажи начинаются с низкого уровня. Рост. Описание стадии: Продукт начинает набирать популярность, продажи растут. Зрелость. Описание стадии: Продажи достигают пика, конкуренция усиливается.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Упадок. Описание стадии: Продажи снижаются из-за появления новых технологий или изменений в потребительских предпочтениях. 2. Рекомендации ст.1: Инвестиции в рекламу для повышения осведомленности о продукте. Сотрудничество с блогерами для создания интереса к продукту. Рекомендации ст.2: Расширение дистрибуции и увеличение производственных мощностей. Проведение акций и специальных предложений для привлечения новых клиентов. Рекомендации: ст.3: Введение программ лояльности для удержания существующих клиентов. Обновление продукта или добавление новых функций для привлечения потребителей. Рекомендации ст.4: Оценка возможности вывода продукта с рынка или обновления/модернизации. Реализация акции «последняя распродажа» для устранения остатков.	
330	1. На этапе роста происходит значительное увеличение объемов продаж товара. Особенности данного этапа: Расширение потребительской базы; Рост конкуренции; Улучшение характеристик товара в ответ на запросы потребителей и действия конкурентов; Увеличение рекламных кампаний для усиления узнаваемости бренда и увеличения доли рынка; Постепенное снижение цены товара для привлечения более широкой аудитории. 2. Для успешного прохождения этапа роста компания должна сосредоточиться на следующих направлениях: Увеличение рекламной активности. Расширение каналов сбыта. Инвестирование в исследования и разработки. 3. Выбранные элементы стратегии соответствует этапу роста по нескольким причинам: Активизация рекламы. Важно активно продвигать товар через различные каналы коммуникации, включая телевидение, радио, интернет и социальные сети. Это поможет привлечь больше потенциальных покупателей, увеличить узнаваемость бренда и укрепить позицию на растущем 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

	Расширение каналов сбыта. Необходимо увеличить количество точек продаж, заключив договоры с крупными розничными сетями и онлайн-платформами. Это позволит сделать товар доступным для большей части целевой аудитории. Продолжая вкладывать средства в научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы (НИОКР), компания сможет поддерживать технологическое лидерство и выпускать обновления быстрее конкурентов, что позволит поддерживать конкурентоспособность продукции.	
331	1. Анализ текущей ситуации: Проведение SWOT-анализа для выявления сильных и слабых сторон компании, возможностей и угроз во внешней среде. Это поможет определить, какие ресурсы и возможности есть у компании, и какие внешние факторы могут повлиять на её развитие. Определение целей и миссии: Формулировка долгосрочных целей компании, согласованных с её миссией и видением. Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени. Разработка стратегических альтернатив: Рассмотрение различных вариантов развития компании, включая диверсификацию продукции, выход на новые рынки, модернизацию производства и другие возможные направления. Выбор оптимальной стратегии: Оценка и выбор наиболее подходящей стратегии на основе анализа рисков, ресурсов и потенциальных выгод. Стратегия должна учитывать специфику отрасли, конкурентное окружение и экономические условия. Планирование действий: Разработка детального плана мероприятий по реализации выбранной стратегии. План должен включать конкретные шаги, сроки выполнения, ответственных лиц и необходимые ресурсы. Реализация стратегии: Внедрение разработанного плана, контроль за выполнением всех запланированных мероприятий.	

	Мониторинг и корректировка: Постоянный мониторинг результатов и своевременная корректировка стратегии в случае изменения внешних условий или внутренних факторов. 2. PESTEL-анализ; SWOT-анализ; Портфельный анализ; Анализ пяти сил Портера; Финансовый анализ; Аудит внутренних процессов. 3. Рост выручки. Рентабельность. Доля рынка. Удовлетворенность клиентов. Производительность труда. Срок окупаемости инвестиций. Инновационность.	
332	Ответ: Б Обоснование: контроль проекта предполагает осуществление процесс мониторинга и управления проектом для достижения его целей	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
333	Возможный вариант ответа: 1. Обратная связь важна для роста и развития как отдельных членов команды, так и всей команды в целом. 2. Например, конструктивная критика может помочь коллеге увидеть свои слабые места и работать над ними, что в конечном итоге улучшит результаты проекта.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
334	Следует инициировать сессию «мозгового штурма», где каждый член команды может предложить идеи. Также важно использовать метод «SWOT-анализа» для оценки предложений, что позволит выявить сильные и слабые стороны каждого решения. В результате можно выбрать гибридный подход, который сочетает несколько идей, что позволит успешно выполнить проект и удовлетворить потребности клиента.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
335	1. Обмен информацией: В данной ситуации я начну с организации срочной встречи с командой, чтобы обсудить уход ключевого участника и его влияние на проект. На встрече я открыто расскажу о текущем состоянии проекта, задачах, которые остались незавершенными, и о том, как уход участника повлияет на наши цели. 2. Для обеспечения прозрачности я создаю общий документ, где каждый член команды сможет добавлять свои мысли, идеи и предложения. 3. Оценка идей:	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

	Чтобы стимулировать креативность и инициативу, я проведу мозговой штурм, где каждый сможет предложить свои идеи по перераспределению задач и поиску решений.	
336	1. Соблюдение норм и правил командной работы является критически важным аспектом успешного управления проектами. Во-первых, четко установленные нормы помогают создать ясные ожидания для всех членов команды. Во-вторых, соблюдение установленных правил способствует повышению ответственности участников команды. 2. Лично я несу ответственность за результат работы команды, активно участвуя в соблюдении норм и правил. Также я стараюсь быть примером для других, демонстрируя приверженность к установкам команды и признавая свои ошибки, если они возникают. Это создает атмосферу, в которой все чувствуют себя комфортно, внося свой вклад в общий успех проекта. Личная ответственность каждого члена команды, включая меня, играет ключевую роль в этом процессе, способствуя созданию сплоченной и продуктивной рабочей среды.	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	Возможные варианты ответа: Алгоритм выхода из конфликта Шаг 1. Создание рабочей группы Включить представителей: УК, подрядчика, активных жителей, юриста (для контроля соблюдения ЖК РФ). Назначить модератора (независимый эксперт или руководитель проекта). Шаг 2. Анализ требований Проверить смету подрядчика на соответствие минимальным стандартам (Постановление Правительства № 354). Запросить у жителей обоснование требований (например, ссылки на СНИПы). Шаг 3. Поиск компромисса Сравнить цены/качество материалов из разных ценовых категорий. Рассмотреть альтернативные источники финансирования (например, фонд капремонта).	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

	Шаг 4. Голосование и документальное закрепление. Провести собрание с протоколом решений. Утвердить итоговый вариант сметы с подписями всех сторон. Шаг 5. Мониторинг исполнения Назначить ответственных за контроль качества работ. Организовать еженедельные отчеты для жителей.	
338	1. Следует тщательно проанализировать следующие ключевые факторы: 1) Анализ целевой аудитории (поколение Z). Глубокое понимание потребностей, предпочтений, привычек и мотивации поколения Z в отношении фитнеса и здоровья. 2) Анализ конкурентов: изучение существующих фитнес-приложений, ориентированных на широкую аудиторию или на поколение Z. 3) Анализ рынка фитнес-приложений: оценка размера рынка, темпов роста, тенденций и возможностей для фитнес-приложений, особенно в сегменте поколения Z. 4) Техническая осуществимость: оценка возможности разработки приложения с учетом требуемых функций, интеграций и масштабируемости. 5) Бизнес-модель и источники дохода: определение способа монетизации приложения и источников дохода. 6) Маркетинговая стратегия: определение способов продвижения приложения среди поколения Z. 2. Основные разделы бизнес-плана для привлечения инвесторов: 1) Резюме: краткое изложение ключевых аспектов бизнес-плана: описание приложения, целевая аудитория, УТП, бизнес-модель, финансовые прогнозы и запрос на инвестиции. 2) Описание компании: информация о компании, ее миссия, цели, ценности, юридическая структура, команда управления и ее опыт. 3) Проблема и решение: описание проблемы, которую решает приложение (например, отсутствие персонализированных и	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

	мотивирующих фитнес-решений для поколения Z), и как приложение предлагает решение этой проблемы. 4) Анализ рынка: подробный анализ рынка фитнес-приложений, целевой аудитории (поколение Z), конкурентов, тенденций и возможностей. 5) Продукт и услуги: подробное описание функций и возможностей приложения, его уникальных особенностей, преимуществ для пользователей и планов по развитию. 6) Маркетинговая стратегия: описание стратегии продвижения приложения, каналов маркетинга, позиционирования, ценовой политики и планов по привлечению и удержанию пользователей. 7) Бизнес-модель: описание способа монетизации приложения, источников дохода, структуры затрат и прогнозов прибыльности. (Как описано в пункте 1 выше) 8) Финансовые прогнозы: прогнозы доходов, расходов, прибыльности, денежного потока и баланса на ближайшие 3-5 лет. 9) Запрос на финансирование: четкое указание суммы необходимых инвестиций, целей финансирования (например, разработка, маркетинг) и условий для инвесторов (например, доля в компании, возврат инвестиций). 10) Приложения: дополнительные материалы, подтверждающие информацию в бизнес-плане (например, результаты маркетинговых исследований, прототипы приложения, резюме ключевых членов команды).	
339	А2Б3В4Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
340	Менеджер может использовать системы аналитики больших данных для улучшения принятия управленческих решений, анализируя большие объемы данных из различных источников, таких как продажи, маркетинговые кампании, поведение клиентов и внутренние операционные данные. Это позволяет выявлять скрытые закономерности, тренды и взаимосвязи, которые не видны при традиционном анализе.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Использование аналитики больших данных позволяет менеджерам принимать решения на основе точных и актуальных данных, а не полагаться исключительно на интуицию или ограниченные выборки информации. Это повышает точность прогнозов, улучшает операционную эффективность и способствует росту прибыли.	
341	Для решения проблем координации в компании можно порекомендовать систему управления проектами. Это поможет решить следующие проблемы: 1.Устранит дублирование работы, так как все задачи будут видны в одном месте, с четким указанием ответственных лиц. 2.Предотвратит потерю важной информации, поскольку вся коммуникация по задачам будет происходить внутри системы и сохраняться в истории. 3.Снизит риск срыва сроков благодаря наглядным дедлайнам, автоматическим напоминаниям и возможности отслеживать прогресс выполнения задач.	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
342	3645712	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
343	Ответ: БВГ Обоснование выбора: Б. DMP – это специализированные платформы, предназначенные для сбора, организации и анализа больших объемов данных о целевой аудитории. Они позволяют маркетологам сегментировать аудиторию, создавать персонализированные рекламные кампании и оптимизировать расходы на маркетинг на основе данных. В. Технологии Hadoop и Spark: Hadoop и Spark – это фреймворки для распределенной обработки больших данных. Они позволяют хранить и обрабатывать огромные объемы информации, которые не помещаются на одном компьютере. В маркетинге эти технологии используются для анализа данных о клиентах, трендах и эффективности маркетинговых кампаний. Г. Системы Google Analytics и Яндекс.Метрика: это системы веб-аналитики, которые собирают данные о поведении пользователей на веб-	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	сайтах. Они предоставляют маркетологам ценную информацию о трафике, источниках трафика, конверсиях, поведении пользователей на сайте и т. д. Эти данные используются для оптимизации веб-сайтов, улучшения пользовательского опыта и повышения эффективности маркетинговых кампаний.	
344	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. Помогает выявлять закономерности и тренды, скрытые в больших объемах данных. Визуализация данных преобразует сложные наборы данных в графики, диаграммы и карты, что позволяет маркетологам гораздо быстрее и интуитивнее обнаруживать связи, тенденции и аномалии, которые трудно увидеть в таблицах с цифрами. Г. Облегчает коммуникацию результатов анализа данных с другими отделами и руководством. Визуализации делают данные более понятными и доступными для неспециалистов. Вместо того, чтобы представлять длинные отчеты с цифрами, маркетолог может использовать графики и диаграммы, чтобы эффективно донести ключевые выводы и рекомендации до коллег и руководства.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
345	Для решения проблемы снижения продаж и лояльности клиентов в розничной сети магазинов одежды можно использовать CRM-систему (Customer Relationship Management) с мобильным приложением для клиентов. Такое решение позволит следующее. 1.Собирать и анализировать данные о покупателях, их предпочтениях и истории их покупок. На основе этой информации можно сформировать персонализированные предложения, что повысит вероятность повторных покупок. 2.Создать программу лояльности с цифровыми картами в мобильном приложении. Клиенты смогут накапливать бонусы, получать персональные скидки и специальные предложения, что стимулирует их возвращаться в магазин.	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.Наладить эффективную коммуникацию с клиентами через уведомления о новых коллекциях, акциях или индивидуальных предложениях на основе их предпочтений.	
346	Ответ: Б. Обоснование выбора: Технологии больших данных и аналитики позволяют обрабатывать и анализировать огромные объемы данных, выявлять скрытые закономерности и тренды. Это помогает менеджерам принимать обоснованные решения на основе точных данных, улучшать стратегическое планирование и оптимизировать бизнес-процессы.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
347	Для решения проблемы неэффективного управления запасами производственной компании можно порекомендовал систему MRP (Material Requirements Planning) или ERP-систему с модулем управления запасами. Такое решение позволит следующее. 1.Автоматизирует расчет потребности в материалах на основе производственного плана. Система будет учитывать текущие запасы, сроки поставок и необходимые резервы, что позволит избежать как дефицита, так и избытка сырья. 2.Внедрит методологию "точно в срок" (Just-in-Time), когда материалы поступают именно тогда, когда они необходимы для производства. Это сократит расходы на хранение и высвободит оборотные средства. 3.Сформирует систему раннего оповещения о потенциальном дефиците материалов, что даст возможность своевременно отреагировать и скорректировать планы закупок. Преимущество данного решения в том, что оно использует алгоритмы прогнозирования на основе реальных данных о производстве и потреблении 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
348	Менеджер может использовать облачные технологии для повышения эффективности управления проектами следующим образом: 1.Как централизованное хранилище данных. Облачные платформы, такие как Google Drive, Microsoft OneDrive или Dropbox, позволяют хранить все проектные документы в одном месте. Это обеспечивает легкий доступ к	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	информации для всех участников проекта, независимо от их местоположения. 2. Для совместной работы в реальном режиме времени. Инструменты, такие как Google Workspace (Google Docs, Sheets, Slides) или Microsoft 365 (Word, Excel, PowerPoint), позволяют нескольким пользователям работать над одним документом одновременно. Это ускоряет процесс согласования и принятия решений. 3. Для управления задачами и проектами. Системы управления проектами, такие как Trello, Asana или Microsoft Project, помогают менеджерам отслеживать выполнение задач, распределять ресурсы и контролировать сроки. Эти инструменты обеспечивают прозрачность и улучшают координацию между командами.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
349	А3Б4В1Г5Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
350	Система аналитики больших данных анализирует данные о продажах, сезонные колебания, предпочтения клиентов и внешние факторы, такие как погодные условия и экономические тенденции. На основе этих данных менеджер может следующее. 1.Спрогнозировать спрос. Предсказать, какие товары будут пользоваться наибольшим спросом в предстоящем сезоне, и заранее закупить нужное количество. 2.Оптимизировать запасы. Снизить издержки на хранение излишков товаров и избежать дефицита популярных позиций. 3.Персонализировать маркетинговые кампании. Разработать целевые предложения для различных сегментов клиентов, основываясь на их поведении и предпочтениях. 4.Улучшить клиентский опыт. Анализировать отзывы и поведение клиентов для выявления проблемных зон и улучшения качества обслуживания.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
351	Ответ: БВД Обоснование выбора: Б. Для персонализации маркетинговых коммуникаций на основе данных о клиентах: CRM-система хранит информацию о клиентах, их	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	предпочтениях, истории покупок и взаимодействий. Маркетолог может использовать эти данные для создания таргетированных и персонализированных сообщений, повышая эффективность маркетинговых кампаний. В. Для анализа эффективности маркетинговых кампаний: CRM-система позволяет отслеживать, как клиенты взаимодействуют с различными маркетинговыми материалами (например, электронными письмами, рекламой). Это позволяет оценить, какие кампании приносят больше лидов и продаж, и оптимизировать маркетинговые стратегии. Д. Для прогнозирования оттока клиентов: CRM-система собирает данные о поведении клиентов, которые можно использовать для выявления признаков, указывающих на вероятность ухода клиента. Это позволяет маркетологу предпринять действия для удержания клиента (например, предложить скидку или индивидуальное предложение).	
352	1. Для анализа ситуации и выявления причин снижения эффективности рекламных кампаний я применю следующие инструменты: - Excel: для анализа отчетов о рекламных кампаниях за последние 6 месяцев. Я буду использовать Excel для фильтрации, сортировки и визуализации данных. Обоснование: Excel позволяет быстро и эффективно анализировать большие объемы числовых данных, выявлять тренды и зависимости, а также строить графики для наглядного представления информации. Это необходимо для понимания динамики ключевых показателей (показы, клики, CTR, конверсии, стоимость) и определения проблемных зон. - Google Analytics: для анализа посещаемости сайта компании и поведения пользователей. Я буду изучать данные о трафике, источниках трафика, времени пребывания на сайте, глубине просмотра, показателях отказов и конверсиях. Обоснование: Google Analytics предоставляет ценную информацию о том, как пользователи взаимодействуют с сайтом компании после перехода из социальных сетей. Это поможет понять, насколько	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

	эффективно социальные сети привлекают целевую аудиторию и как улучшить пользовательский опыт на сайте для повышения конверсии. - Инструменты анализа данных в социальных сетях: использование встроенных аналитических инструментов социальных сетей для получения более детальной информации о результативности отдельных публикаций и рекламных объявлений. Обоснование: предоставляет более глубокое понимание поведения пользователей внутри платформы и позволяет определить наиболее эффективные форматы контента и таргетинга. 2. На основе анализа я предлагаю следующие действия для улучшения результатов рекламных кампаний в социальных сетях: - Обновление контент-стратегии: Действие: Разработка новой контент-стратегии, основанной на результатах анализа целевой аудитории и трендов рынка. Необходимо создавать более релевантный, интересный и полезный контент, который будет соответствовать потребностям целевой аудитории. Требования безопасности: при разработке контент-стратегии необходимо убедиться, что контент не нарушает авторские права, не содержит ложной или вводящей в заблуждение информации, а также соответствует требованиям законодательства о рекламе. - Оптимизация таргетинга: Действие: Пересмотр настроек таргетинга рекламных кампаний, чтобы более точно нацеливаться на целевую аудиторию. Использование более детальных параметров таргетинга (интересы, поведение, демографические характеристики) и A/B тестирование различных вариантов таргетинга. Требования безопасности: необходимо соблюдать правила конфиденциальности и защиты персональных данных при сборе и использовании информации о пользователях. Важно убедиться, что все данные собираются и используются в соответствии с требованиями GDPR и других применимых законов. - A/B тестирование рекламных креативов:	

	проведение A/B тестирования различных вариантов рекламных креативов (текст, изображения, видео) для выявления наиболее эффективных комбинаций. Постоянный мониторинг результатов тестирования и внесение изменений в рекламные кампании на основе полученных данных. Требования безопасности: При создании рекламных креативов необходимо убедиться, что они не содержат вредоносного контента, не нарушают авторские права и соответствуют требованиям законодательства о рекламе.	
353	Для более глубокого понимания изменений в предпочтениях целевой аудитории, ранее активно реагировавшей на e-mail-рассылки, я бы использовал следующие дополнительные источники данных: Данные о поведении на сайте «МегаМарт»: анализ посещаемых страниц, времени, проведенного на сайте, поисковых запросов. Интеграция данных из Google Analytics или аналогичных инструментов. Данные из социальных сетей: мониторинг упоминаний бренда «МегаМарт» и анализа тональности отзывов в социальных сетях. Использование инструментов для анализа трендов и выявления изменений в предпочтениях аудитории. Данные опросов и фокус-групп: проведение опросов и фокус-групп с клиентами, чтобы получить прямую обратную связь об их предпочтениях и ожиданиях. Данные о конкурентах: анализ маркетинговых активностей конкурентов, их предложений и стратегий. Использование инструментов для мониторинга цен и ассортимента конкурентов. Изменения в подходе к анализу: Перейду от общего анализа эффективности маркетинговых акций к более детальному анализу по сегментам клиентов. Уделю больше внимания анализу динамики изменений в предпочтениях клиентов и их реакции на различные типы контента.	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

	Буду использовать инструменты для автоматизации мониторинга и анализа данных в режиме реального времени, чтобы оперативно реагировать на изменения в поведении клиентов.	
354	Менеджер может использовать системы управления взаимоотношениями с клиентами (CRM) для повышения эффективности работы отдела продаж, централизуя информацию о клиентах, автоматизируя процессы взаимодействия и анализируя данные для выявления возможностей улучшения отношений с клиентами. Использование CRM-системы позволяет менеджерам повысить эффективность работы отдела продаж за счет улучшения управления данными о клиентах, автоматизации рутинных процессов и анализа продаж. Централизованное хранение информации обеспечивает прозрачность и доступность данных, что способствует более быстрому и обоснованному принятию решений. Автоматизация процессов освобождает время сотрудников для работы с клиентами, а аналитика помогает выявлять возможности для улучшения и оптимизации продаж. В результате, отдел продаж может достичь более высоких показателей и улучшить качество обслуживания клиентов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
355	При использовании облачных технологий необходимо учитывать следующие меры информационной безопасности. 1.Шифрование данных. Все данные, передаваемые и хранимые в облаке, должны быть зашифрованы. Это предотвращает несанкционированный доступ к информации даже в случае утечки данных. 2.Контроль доступа. Необходимо настроить строгие политики доступа, чтобы только авторизованные пользователи могли получать доступ к конфиденциальной информации. Использование многофакторной аутентификации (MFA) добавляет дополнительный уровень защиты. 3.Резервное копирование. Регулярное резервное копирование данных помогает восстановить информацию в случае сбоев или кибератак. Резервные копии должны храниться в безопасном месте, отличном от основного хранилища.	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.Мониторинг и аудит. Постоянный мониторинг активности в облаке и проведение регулярных аудитов помогают выявлять подозрительные действия и своевременно реагировать на угрозы. 5.Обучение сотрудников. Все участники проекта должны быть обучены основам информационной безопасности и правилам работы с облачными сервисами. Это снижает риск ошибок и непреднамеренных утечек данных.	
356	Ответ: В Обоснование выбора: В. Google Analytics – это мощный инструмент веб-аналитики, который позволяет отслеживать и анализировать поведение пользователей на сайте в режиме реального времени. Он предоставляет информацию о посещаемости, источниках трафика, наиболее популярных страницах, времени, проведенном на сайте, пути пользователя и многом другом. Эта информация позволяет понять, как пользователи взаимодействуют с сайтом, выявлять проблемные места и оптимизировать сайт для улучшения пользовательского опыта и конверсии.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
357	Менеджеры могут улучшить финансовое управление и принятие решений, используя цифровые бухгалтерские системы, благодаря следующим преимуществам 1.Доступ к данным в реальном времени. - Цифровые бухгалтерские системы предоставляют актуальную информацию о финансовом состоянии организации. Это позволяет менеджерам оперативно реагировать на изменения рынка или внутренние финансовые потребности, например, корректировать бюджет или перераспределять ресурсы. 2.Автоматизация рутинных задач. Системы автоматизируют такие процессы, как обработка счетов, расчет заработной платы и сверка банковских операций. Это снижает вероятность ошибок и освобождает время для стратегической работы, например, анализа финансовых показателей или планирования инвестиций.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	3.Повышение точности и соблюдение нормативных требований Автоматизированные системы обеспечивают точность финансовых записей и соответствие законодательным требованиям. Это минимизирует риски штрафов и упрощает подготовку к аудитам, что особенно важно для крупных организаций. 4.Улучшение прогнозирования и бюджетирования Системы используют исторические данные и аналитические инструменты для создания точных финансовых прогнозов и бюджетов. Менеджеры могут разрабатывать динамичные бюджеты, которые адаптируются к реальным показателям, что улучшает долгосрочное планирование. 5.Упрощение коммуникаций. Цифровые системы позволяют создавать настраиваемые финансовые отчеты, которые легко делиться с заинтересованными сторонами. Это повышает прозрачность и помогает согласовывать действия команды для достижения общих финансовых целей.	
358	Менеджер может использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для разработки и проведения мероприятий следующим образом. 1.Планирование и организация мероприятий -Программное обеспечение для управления проектами: Инструменты, такие как Trello, Asana или Microsoft Project, позволяют создавать задачи, назначать ответственных, устанавливать сроки и отслеживать прогресс. Это помогает менеджерам эффективно планировать и координировать все аспекты мероприятия. -Календари и планировщики: Google Calendar или Outlook Calendar позволяют создавать события, напоминания и приглашения, что облегчает синхронизацию графиков всех участников. 2.Коммуникация и координация. -Мессенджеры и платформы для совместной работы: Slack, Microsoft Teams или Zoom обеспечивают быструю и удобную коммуникацию между участниками мероприятия. Эти платформы	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

	позволяют создавать каналы для обсуждения различных аспектов мероприятия, делиться файлами и проводить видеоконференции. -Электронная почта: Использование корпоративной электронной почты для официальных уведомлений и приглашений обеспечивает надежную и документированную коммуникацию. 3.Разработка контента и материалов: -Облачные офисные приложения: Google Docs, Sheets, Slides или Microsoft 365 позволяют создавать и редактировать документы, презентации и таблицы в реальном времени. Это упрощает совместную работу над материалами для мероприятия. -Графические редакторы: Canva или Adobe Spark позволяют создавать визуальные материалы, такие как постеры, баннеры и презентации, без необходимости в глубоких знаниях графического дизайна. 4.Проведение мероприятий. -Виртуальные платформы для вебинаров и конференций: Zoom, Webex или Google Meet позволяют проводить мероприятия в онлайн-формате, что особенно актуально в условиях удаленной работы. Эти платформы поддерживают функции видеоконференций, чатов, опросов и записи сессий. -Интерактивные инструменты: Mentimeter или Kahoot могут использоваться для проведения опросов, викторин и других интерактивных элементов, что повышает вовлеченность участников. 5.Анализ и оценка результатов. -Аналитические инструменты: Google Analytics или Power BI позволяют собирать и анализировать данные о мероприятии, такие как количество участников, уровень вовлеченности и обратная связь. Это помогает менеджерам оценить эффективность мероприятия и внести улучшения в будущем. -Онлайн-опросы и анкеты: Google Forms или SurveyMonkey могут использоваться для сбора обратной связи от участников мероприятия. Это помогает выявить сильные и слабые стороны и улучшить организацию будущих мероприятий.	

359	А3Б4В2Г1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
360	42315	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
361	Ответ: БД Обоснование выбора: Системы управления проектами, такие как Jira и Trello, предоставляют инструменты для планирования, отслеживания прогресса и управления задачами в рамках проектов. Это помогает менеджерам эффективно распределять ресурсы, контролировать сроки выполнения и обеспечивать успешное завершение проектов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
362	Менеджер может использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для организации и проведения корпоративного тренинга следующим образом. 1.Планирование и подготовка тренинга: -Проектные инструменты: Trello или Asana позволяют создавать задачи, назначать ответственных и отслеживать прогресс. Эти платформы помогают структурировать подготовку к тренингу, включая разработку программы, подбор спикеров и организацию логистики. -Календари: Google Calendar или Outlook Calendar помогают синхронизировать графики всех участников и напоминать о ключевых датах и дедлайнах. 2.Создание и распространение учебных материалов: -Облачные офисные приложения: Google Docs, Sheets, Slides или Microsoft 365 позволяют создавать и редактировать документы, презентации и таблицы в реальном времени. Это упрощает совместную работу над материалами для тренинга. -Облачные хранилища: Google Drive или Dropbox позволяют хранить все учебные материалы в одном месте и предоставлять доступ участникам тренинга. 3.Проведение тренинга: -Платформы для видеоконференций: Zoom, Microsoft Teams или Google Meet обеспечивают качественную передачу видео и аудио,	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

	поддерживают функции чатов, опросов и записи сессий. Эти платформы позволяют проводить тренинги в онлайн-формате, что особенно актуально для удаленных сотрудников. -Интерактивные инструменты: Mentimeter или Kahoot могут использоваться для проведения опросов, викторин и других интерактивных элементов, что повышает вовлеченность участников. 4.Взаимодействие и обратная связь: -Мессенджеры: Slack или Microsoft Teams позволяют создавать каналы для обсуждения вопросов, связанных с тренингом, делиться файлами и быстро решать возникающие проблемы. -Онлайн-опросы и анкеты: Google Forms или SurveyMonkey могут использоваться для сбора обратной связи от участников тренинга. Это помогает выявить сильные и слабые стороны и улучшить организацию будущих тренингов. 5.Анализ эффективности тренинга: -Аналитические инструменты: Google Analytics или Power BI позволяют собирать и анализировать данные о тренинге, такие как уровень участия, вовлеченность и результаты опросов. Это помогает менеджерам оценить эффективность тренинга и внести улучшения в будущем. -Системы управления обучением (LMS): Moodle или SAP Litmos позволяют отслеживать прогресс участников, проводить тестирование и выдавать сертификаты по окончании тренинга.	
363	Менеджеры могут использовать ИКТ для разработки мероприятий, направленных на решение задач принятия управленческих решений, например, определения стратегии оптимизации затрат компании. Конкретная задача может заключаться в анализе финансовых данных для выявления областей, где можно сократить расходы без ущерба для производительности. Для этого менеджер может применять аналитические инструменты, такие как Microsoft Excel или более продвинутые платформы визуализации данных, например Tableau или Power BI. С помощью этих ИКТ-инструментов менеджер собирает данные о расходах	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

	(например, из бухгалтерских систем), обрабатывает их и строит наглядные графики или дашборды. На основе анализа данных можно разработать мероприятия, такие как сокращение избыточных затрат на определённые ресурсы, перераспределение бюджета или внедрение автоматизированных процессов для повышения эффективности. Роль ИКТ в этом процессе заключается в обеспечении быстрого доступа к данным, их обработки и интерпретации. Например, Power BI позволяет интегрировать данные из разных источников, автоматически обновлять отчёты и выявлять тренды, что помогает менеджеру принимать обоснованные решения. Кроме того, коммуникационные платформы, такие как Microsoft Teams, могут использоваться для обсуждения результатов анализа с командой и согласования предложенных мер.	
364	Ответ: АБВД Обоснование выбора: чат-боты, таргетированная реклама, email-рассылки и автоматическое обновление цен автоматизируют взаимодействие с клиентами и процессы маркетинга. Веб-сайт и вебинары не являются инструментами автоматизации.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
365	Менеджер может использовать информационно-коммуникационные технологии (ИКТ) для организации и проведения международной конференции в гибридном формате следующим образом: 1.Планирование и координация. 2.Коммуникация с участниками. 3.Проведение онлайн-сессий. 4.Трансляция и запись. 5.Управление контентом. 6.Анализ и оценка.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
366	Менеджер логистической компании может эффективно использовать CRM-системы в сочетании с инструментами бизнес-аналитики следующим образом: 1.Сбор и анализ данных о клиентах -Внедрение CRM-системы для сбора данных о клиентах, включая историю заказов, предпочтения по доставке, частоту обращений, жалобы и положительные отзывы.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	-Интеграция CRM с системой управления складом (WMS) и системой управления транспортом (TMS) для создания единого информационного пространства. 2.Сегментация клиентской базы -Использование инструментов BI (Business Intelligence) для анализа данных и сегментации клиентов по критериям: объем заказов, географическое расположение, типы грузов, требования к срокам доставки. -Применение аналитических платформ для создания наглядных дашбордов, отражающих ключевые показатели по каждому сегменту. 3.Оптимизация маршрутов и процессов доставки грузов. -Интеграция геоинформационных систем (ГИС) с CRM для анализа географического распределения заказов и оптимизации маршрутов. -Внедрение алгоритмов машинного обучения для прогнозирования загруженности направлений и оптимального планирования ресурсов. -Использование GPS-трекинга и мобильных приложений для курьеров, интегрированных с CRM, для отслеживания доставки в реальном времени. 4.Персонализация клиентского сервиса -Разработка системы автоматических уведомлений для клиентов о статусе доставки через предпочтительные каналы коммуникации (SMS, email, мессенджеры). -Внедрение чат-ботов и виртуальных ассистентов для оперативного решения типовых запросов клиентов, интегрированных с CRM для доступа к истории взаимодействий. -Создание личных кабинетов для клиентов с возможностью самостоятельного отслеживания заказов и управления доставками. 5.Анализ эффективности и постоянное улучшение качества. -Формирование системы KPI для оценки качества логистических процессов: своевременность доставки, процент повреждений, скорость обработки запросов. -Внедрение инструментов предиктивной аналитики для выявления потенциальных проблем до их возникновения.	

	-Регулярный анализ обратной связи от клиентов через автоматические опросы после доставки, интегрированные с CRM.	
367	Ответ: В Обоснование выбора: Роботизированная автоматизация процессов (RPA) позволяет автоматизировать повторяющиеся и рутинные задачи, такие как ввод данных, обработка транзакций и управление заказами. Это освобождает время менеджеров для выполнения более стратегических задач и повышает общую операционную эффективность.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
368	Ответ: Б Обоснование выбора: Платформы для совместной работы, такие как Microsoft Teams и Slack, предоставляют инструменты для мгновенного обмена сообщениями, видеоконференций, совместного редактирования документов и интеграции с другими приложениями. Это значительно улучшает коммуникацию и сотрудничество внутри команды, особенно в условиях удаленной работы.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
369	Информационные технологии дают менеджерам такой инструмент для интеграции данных, анализа бизнес-процессов и прогнозирования рыночных тенденций, который позволяет принимать решения, основанные на объективной информации, а не только на интуиции. Например, применение ERP-систем (Enterprise Resource Planning) интегрирует данные из разных подразделений компании—от производства до продаж и финансов—создавая целостное видение работы организации. Это позволяет менеджерам оперативно выявлять узкие места в процессах, оптимизировать распределение ресурсов и снизить операционные затраты. В дополнение, BI-системы (Business Intelligence) обеспечивают визуализацию и анализ ключевых показателей эффективности. Менеджер, используя эти инструменты, может проводить детальный анализ данных, прогнозировать поведение рынка и оперативно корректировать стратегию компании для достижения конкурентных преимуществ. Такой подход минимизирует риск принятия ошибочных	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	решений, повышая гибкость и адаптивность бизнеса в условиях меняющейся среды.	
370	Информационные технологии, такие как системы бизнес-аналитики (BI), искусственный интеллект (AI) и облачные вычисления, значительно повышают качество управленческих решений. BI-системы позволяют анализировать большие объемы данных и выявлять ключевые тенденции, что помогает менеджерам принимать обоснованные решения. AI-технологии автоматизируют аналитические процессы, прогнозируют развитие ситуации и предлагают наилучшие сценарии действий. Облачные вычисления обеспечивают гибкость и доступность данных, позволяя менеджерам оперативно работать с актуальной информацией независимо от их местоположения. Совместное использование этих технологий создает мощный инструмент для стратегического и оперативного управления.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
371	Использование таких технологий как: 1.Big Data и аналитики позволяет менеджерам собирать и обрабатывать колоссальные объемы информации, что помогает выявлять рыночные тренды, предсказывать изменения и обнаруживать скрытые закономерности в операционной деятельности. 2.Аналитика в реальном времени, опирающаяся на алгоритмы машинного обучения, обеспечивает оперативное выявление отклонений и быстрый ответ на кризисные ситуации, что существенно снижает риск принятия неактуальных или неверных управленческих решений. 3.Внедрение систем Интернет вещей (IoT) предоставляет возможность мониторинга и управления физическими процессами на всех этапах производства или обслуживания, что повышает прозрачность и точность данных. Вместе эти технологии формируют интегрированную цифровую инфраструктуру, которая помогает менеджерам не только принимать более информированные и своевременные решения, но и адаптироваться к изменениям внешнего и внутреннего окружения, обеспечивая устойчивое развитие организации.	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

372	Интеграция облачных вычислений, ERP-систем и аналитических платформ позволяет создать единую цифровую инфраструктуру, в рамках которой все данные организации объединяются в реальном времени. -ERP-системы консолидируют финансовые, логистические, производственные и маркетинговые процессы, предоставляя менеджерам комплексное представление о внутренних операциях. -Аналитические платформы, используя алгоритмы машинного обучения и обработки больших данных, преобразуют разрозненную информацию в практические инсайты, что позволяет прогнозировать тренды, выявлять потенциальные сбои и оперативно корректировать стратегию. -Облачные вычисления, обеспечивают гибкость, масштабируемость и доступ из любой точки мира, что особенно важно для принятия быстрых управленческих решений в условиях динамично меняющейся рыночной среды. Совокупное применение этих технологий оптимизирует качество управленческих решений, минимизирует временные затраты на анализ данных и повышает способность компании адаптироваться к новым вызовам и возможностям.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
373	Применение ИИ и машинного обучения в управленческих процессах позволяет радикально изменить подход к анализу информации. Эти технологии: 1) автоматизируют сбор и 2) обработку огромного объёма данных, выявляя скрытые закономерности и тренды, что традиционными методами может оказаться практически невозможным. 3) Менеджеры получают доступ к прогностическим моделям и алгоритмам, которые предлагают несколько вариантов оптимальных решений с учётом динамики рынка и внутренних бизнес-процессов. Такой подход снижает влияние субъективных суждений, минимизирует риск ошибок и обеспечивает оперативное реагирование на изменения во внешней среде. В результате интеграция интеллектуальных систем способствует формированию более обоснованных и адаптивных стратегий, что играет ключевую роль в цифровой трансформации и устойчивом развитии организации.	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
374	Ответ: Б	1б — полное правильное соответствие;

	Обоснование выбора: Технология блокчейн обеспечивает высокий уровень безопасности и прозрачности транзакций благодаря децентрализованной и неизменяемой природе данных. Это позволяет менеджерам уверенно управлять финансовыми операциями, контрактами и другими важными документами, минимизируя риски мошенничества и ошибок.	0 б — остальные случаи
375	А3Б1В4Г2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
376	1. Этапы: 2.1. Создание информационной инфраструктуры. Цель: обеспечить техническую базу для взаимодействия государственных органов (серверы, сети, защищенные каналы связи). Значение: без надежной инфраструктуры невозможна работа онлайн-сервисов, таких как порталы госуслуг или системы электронного документооборота. 3.2. Разработка цифровых сервисов. Цель: перевести ключевые государственные услуги в электронный формат (например, подача заявлений, оплата налогов, запись к врачу). Значение: это сокращает время и бюрократию для граждан, повышает прозрачность процессов. 4.3. Обеспечение безопасности данных. Цель: внедрение шифрования, двухфакторной аутентификации и защиты от кибератак. Значение: гарантирует конфиденциальность персональных данных и доверие граждан к системе. 5.4. Обучение населения и госслужащих. Цель: научить пользоваться цифровыми сервисами и устранить цифровой разрыв. Значение: повышает доступность электронных услуг для всех слоев 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
377	1. Открытость данных — публикация информации о бюджетах, закупках, решениях властей в онлайн-формате.	3 балла – полный правильный ответ;

	Контроль за процессами — возможность граждан отслеживать статус обращений, ход исполнения контрактов и т.д. Снижение коррупционных рисков — автоматизация процессов исключает «человеческий фактор» и злоупотребления. 2. Примеры: Единая информационная система в сфере закупок (ЕИС). Все государственные контракты (от объявления тендера до исполнения) публикуются в открытом доступе. Данные включают условия закупки, участников, итоговые цены и отчеты. Портал «Госуслуги». Граждане видят статус своих заявлений (например, получение загранпаспорта) в режиме реального времени. Портал открытых данных (data.gov.ru). Публикуются бюджеты регионов, статистика по здравоохранению, образованию и другим сферам. Система электронного голосования. Результаты выборов и данные по участкам публикуются онлайн, что позволяет независимым наблюдателям проверять их достоверность.	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
378	Среди ключевых принципов следует выделить: 1.Использование открытых стандартов и протоколов. Это обеспечивает совместимость между различными государственными системами и упрощает интеграцию данных. 2.Обеспечение информационной безопасности. Защита персональных данных граждан, шифрование каналов связи и многофакторная аутентификация предотвращают утечки и кибератаки. 3.Доступность сервисов для всех категорий граждан. Системы должны быть адаптированы для лиц с ограниченными возможностями (поддержка скринридеров, контрастные интерфейсы).	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
379	А2Б1В3Г5Д4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
380	1. Наиболее эффективными можно считать следующие методы: -Изучение статистических данных -Анализ отраслевых отчетов и исследований -Мониторинг публикаций в СМИ и интернете -PEST-анализ.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2. Необходимо сегментировать потребителей по различным критериям и выбрать наиболее привлекательные сегменты для предприятия. Важно понимать, почему потребители покупают кондитерские изделия, какие потребности они удовлетворяют, а также необходимо изучить, где потребители покупают кондитерские изделия, как часто они это делают, сколько тратят и какие бренды предпочитают. 3. Необходимо выявить всех основных конкурентов на рынке кондитерских изделий, оценить конкурентные преимущества и недостатки каждого конкурента, их долю рынка, ассортимент, цены, качество продукции, маркетинговую стратегию и другие факторы, а также изучить стратегии конкурентов.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
381	6245713	1б – полное правильное соответствие; 0 б – остальные случаи
382	1. Во-первых, следует четко сформулировать проблему: определить, какие факторы влияют на снижение спроса. Это позволит установить цели исследования, такие как выявление причин падения продаж и поиск путей их устранения. Далее необходимо разработать план исследования, включая выбор методов сбора данных. После сбора данных важно провести их обработку и анализ, чтобы выявить ключевые тенденции и закономерности. На основе анализа данных следует предложить рекомендации. Завершающим этапом станет подготовка отчета с выводами и презентация результатов руководству для принятия стратегических решений. 2. Таким образом, организация маркетингового исследования позволит компании «Альфа» не только выявить причины падения продаж, но и разработать эффективные меры для укрепления своих позиций на рынке.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
383	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. Фокус-группы позволяют выявить широкий спектр мнений и убеждений потребителей в интерактивной среде	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Г. Глубинные интервью с применением проективных техник стимулируют респондентов к выражению подсознательных ассоциаций и чувств, что особенно ценно при изучении мотивов. Методы А, В и Д предоставляют информацию о поведении, но не раскрывают глубинные мотивы.	
384	1. Основные поведенческие факторы Мотивация: желание внести вклад в экологию, улучшить качество жизни. Восприятие: воспринимаемые преимущества экологичности (например, безопасность для здоровья). Социальное влияние: влияние друзей, семьи, влиятельных лиц. Привычки: регулярное использование аналогичных продуктов. 2. Инструменты исследования Опросы — для выявления мотивации и привычек (позволяют получить количественные данные о мотивах и привычках). Фокус-группы — для анализа восприятия и социального влияния (выявляют скрытые факторы (например, страх перед экологичностью)). Анализ социальных сетей — для оценки трендов и эмоциональных реакций (помогает оценить актуальность темы и эмоциональный отклик). 3. Рекомендации по использованию результатов Целевая аудитория: потребители, мотивированные экологичностью и социальным влиянием. Позиционирование: подчеркнуть безопасность и вклад в устойчивое развитие. Продвижение: использовать кейсы из социальных сетей и партнерство с экологическими организациями.	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
385	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. SWOT-анализ охватывает внутренние и внешние факторы, выявляет конкурентные преимущества, уязвимые места, прогнозирует рыночные тенденции, оценивает риски. Это один из универсальных методов, который можно применять в различных сферах бизнеса: он легко	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	адаптируется к разным отраслям, позволяет оценить общий уровень конкурентов	
386	Ответ: В Обоснование выбора: В. Регрессионный анализ позволяет установить количественную связь между спросом и влияющими на него факторами, включая цену. Это позволяет точно оценить, как изменение цены повлияет на спрос, что особенно важно для принятия стратегических решений в бизнесе. Он подходит для построения прогнозов, учитывающих несколько переменных.	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
387	Ответ: АД Обоснование выбора: А. Проведение онлайн-опросов позволит собрать количественные данные о предпочтениях, ожиданиях и готовности потребителей приобрести новый продукт, что важно для оценки потенциального спроса. Д. Проведение фокус-групп даст качественную информацию о восприятии продукта, его преимуществах и недостатках с точки зрения потребителей, что поможет доработать продукт перед запуском.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
388	Ответ: АБ Обоснование выбора: А. Метод «затраты плюс» подходит для определения базовой цены, так как учитывает себестоимость производства и обеспечивает покрытие затрат. Б. Метод ценообразования на основе воспринимаемой ценности актуален для экологически чистых продуктов, так как потребители готовы платить больше за экологичность и безопасность.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
389	А4Б3В5Г1Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
390	Salesforce ориентирован на широкий спектр предприятий, предлагая гибкие тарифные планы. Microsoft Dynamics 365 интегрируется с экосистемой Microsoft, ориентируясь на клиентов, уже использующих продукты компании. Salesforce лидирует в облачных решениях, в то время как Microsoft предлагает как облачные, так и локальные варианты. Обе	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	компании активно используют контент-маркетинг и SEO для привлечения клиентов. Salesforce имеет сильное позиционирование как инновационная CRM-платформа, в то время как Microsoft подчеркивает интеграцию и масштабируемость.	
391	1. Первичное маркетинговое исследование спроса на биоразлагаемые контейнеры Цель исследования: оценить потенциальный спрос на биоразлагаемые контейнеры среди ресторанов и служб доставки еды в регионе. Три ключевых вопроса для исследования 1.1. Отношение к экологичной упаковке и готовность платить за неё Вопрос: «Как вы оцениваете важность экологичности упаковки для вашего бизнеса? Готовы ли вы платить на 10–15% больше за биоразлагаемые контейнеры, если они соответствуют вашим требованиям по прочности и функциональности?» Цель: выявить восприятие экологичности как конкурентного преимущества и готовность к премиальной цене. Контекст: согласно данным, потребители предпочитают бренды с устойчивыми практиками, что повышает лояльность клиентов. Однако для бизнеса критично соотношение цены и качества. 1.2. Критерии выбора упаковки Вопрос: «Какие параметры упаковки для доставки еды для вас наиболее важны: прочность, термостойкость, цена, экологичность или другие? Какие из них вы готовы компрометировать ради экологичности?» Цель: определить приоритеты в выборе упаковки и баланс между экологичностью и функциональностью. Контекст: Биоразлагаемые контейнеры из кукурузного крахмала или бамбука демонстрируют термостойкость и герметичность, но могут иметь ограничения по прочности. 1.3. Проблемы с текущей упаковкой 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

	«Какие проблемы вы сталкиваетесь при использовании текущей упаковки (например, протекание, деформация, негативные отзывы клиентов о пластике)? Как биоразлагаемые контейнеры могут решить эти проблемы?» Цель: выявить болевые точки и потенциал биоразлагаемых контейнеров как решения. Контекст: традиционная пластиковая упаковка вызывает экологические риски и критику со стороны клиентов. Биоразлагаемые аналоги могут снизить эти проблемы, но требуют проверки на практике.	
392	Ответ: А Обоснование выбора: А. Для исследования оценки эффективности продвижения наиболее подходящим будет создание комплексного аналитического канала. Этот канал должен объединять в себе данные из различных источников, таких как системы веб-аналитики, рекламные платформы (Google Ads, Яндекс.Директ, социальные сети), CRM-системы и данные опросов клиентов. Сопоставление и анализ данных из всех этих источников позволит определить наиболее эффективные каналы продвижения, оптимизировать рекламный бюджет и улучшить качество обслуживания клиентов.	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
393	1. Эффективные шаги: 1 шаг. Анализ рынка сбыта, который направлен на изучение потребностей и предпочтений потребителей. 2 шаг. Оценка продукции, в результате которой, проводится сравнительный анализ характеристик продукции и анализ ассортимента. 3 шаг. Анализ сбытовой политики в результате которого проводится оценка договорных обязательств, выявление проблемных моментов, определяется результативность сбытовой политики и ее влияние на доходы и прибыль компании. 4 шаг. Разработка рекомендаций по улучшению сбытовой деятельности, включая корректировку ценовой политики, оптимизацию ассортимента и совершенствование коммуникационных стратегий	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. Такой комплексный подход позволяет получить полную картину сбытовой деятельности, выявить сильные и слабые стороны, а также разработать эффективные стратегии для улучшения результатов, так как маркетинговые исследования являются ключевым инструментом для принятия обоснованных управленческих решений и повышения конкурентоспособности предприятия на рынке. 3. Эффективными методами для проведения исследования сбытовой деятельности являются опросы и фокус-группы, которые применяются для понимания мотивов покупки и удовлетворенности продукцией.	
394	1. Наиболее эффективными методами будут опросы потребителей: анкетирование и интервью с клиентами для понимания их потребностей и предпочтений. а также анализ рыночных данных: сбор и анализ данных о ценах, объемах продаж и рыночных долях конкурентов. SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон компании, а также выявление возможностей и угроз на рынке. 2. В результате проведения маркетингового исследования предприятие сможет определить факторы, влияющие на выбор поставщика, выявить сильные и слабые стороны компании в сравнении с конкурентами, а также разработать эффективные стратегии для увеличения продаж и рыночной доли. 3. Проведение маркетинговых исследований позволит компании «ТехноСбыт» лучше понять потребности клиентов, оценить конкурентную среду и разработать обоснованную стратегию для улучшения сбытовой деятельности.	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
395	Этап 1. Определение целей исследования: выявить предпочтения потребителей, изучить конкурентов и выбрать эффективные каналы продвижения. Этап 2. Сбор данных о потребителях: проведение опросов и фокус-групп для анализа спроса, ожиданий и готовности платить за органические продукты. Этап 3. Анализ конкурентов: изучение ассортимента, ценовой политики и маркетинговых стратегий ключевых игроков рынка.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Этап 4. Исследование каналов продвижения: оценка эффективности онлайн- и офлайн-каналов (социальные сети, ритейл, маркетплейсы). Этап 5. Обработка и анализ данных: выявление ключевых трендов и формирование рекомендаций для стратегии вывода продукта. Этот подход позволит компании «Омега» учесть все аспекты рынка и минимизировать риски при запуске новой продукции.	
396	1. Анализ структуры затрат: выделение постоянных и переменных затрат, определение ключевых факторов их роста (например, сырье, логистика). Метод «затраты плюс»: расчет базовой цены на основе себестоимости с добавлением наценки для покрытия затрат и получения прибыли. Сравнительный анализ цен конкурентов: изучение ценовой политики конкурентов для определения конкурентоспособности. Анализ воспринимаемой ценности: оценка готовности потребителей платить за продукт с учетом его качества и уникальности. 2. Такой подход позволит компании «Дельта» не только компенсировать рост затрат, но и сохранить конкурентоспособность на рынке.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
397	Для оперативного проведения маркетингового исследования необходимо использовать комбинированный подход, включающий кабинетные и полевые исследования. Кабинетные исследования: анализ вторичных данных, включающий изучение отчетов из различных источников и данных Росстата о потребительских предпочтениях и тенденциях на рынке органических продуктов питания. Полевые исследования: проведение краткого онлайн-опроса целевой аудитории (n=100-200 респондентов) с использованием платформы Яндекс,Форма. Опрос должен включать вопросы о частоте потребления органических продуктов, факторах, влияющих на выбор, и ценовой чувствительности. Анализ данных и формирование выводов: на основе полученных данных сформулировать выводы о потребностях и предпочтениях 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

	аудитории, а также разработать рекомендации по позиционированию продукции и маркетинговым коммуникациям.	
398	1. Перспективными каналами являются: Influencer Marketing: сотрудничество с блогерами, специализирующимися на здоровом питании. По данным Influencer Marketing Hub, ROI от influencer marketing может достигать $5.20 на каждый потраченный доллар. Контент-маркетинг (SEO-оптимизированные статьи в блогах и тематических онлайн-медиа): привлечение целевой аудитории через поисковые системы по запросам, связанным со здоровым перекусом. (Content Marketing Institute). Партнерские программы с фитнес-центрами и магазинами здорового питания: расширение дистрибуции и повышение узнаваемости бренда. 2. План оценки эффективности influencer marketing: Метрики: охват аудитории, вовлеченность (лайки, комментарии, репосты), трафик на сайт, конверсия в продажи (с использованием UTM-меток), анализ тональности отзывов. Методы: мониторинг социальных сетей, анализ Google Analytics, опросы 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
399	1. Применение маркетинговых инструментов анализа позволило сформировать стратегию, основанную на реальных рыночных условиях и потребностях целевой аудитории. Использование SWOT-анализа выявило сильные стороны компании (уникальная атмосфера, качественный продукт) и слабые места конкурентов (стандартизированный формат), что определило основу позиционирования. PEST-анализ учитывал социальные тренды (рост популярности коворкингов) и технологические факторы (активное использование соцсетей), что повлияло на выбор формата заведения и каналов коммуникации. Конкурентный анализ показал незанятую нишу, позволив избежать прямого ценового противостояния с крупными сетями. Такой комплексный подход обеспечил не просто механическое расширение, а осознанный выход на рынок с дифференцированным предложением.	

	2. Для данной стратегии наиболее эффективными становятся цифровые каналы продвижения в сочетании с оффлайн-активностями, так как они точно соответствуют поведению целевой аудитории и концепции заведения. Соц. сети идеально подходят для визуального позиционирования атмосферы кофейни и регулярного контента (сторис с посетителями, репосты отзывов). Telegram-канал может служить платформой для лояльности (скидки, анонсы мероприятий). Коллаборации с локальными блогерами создают быстрое доверие у новой аудитории, а мероприятия по коворкингу (например, «рабочие среды») формируют постоянный поток посетителей в будние дни. Такой набор инструментов обеспечивает синергию между созданием имиджа и генерацией потока клиентов, при этом оставаясь в рамках запланированного бюджета. 3. Оценка эффективности стратегии должна быть комплексной и включать как количественные, так и качественные показатели, заложенные в систему KPI. На первом этапе важно отслеживать динамику посещаемости (сравнение плановых и фактических показателей), средний чек и повторные визиты. В digital-каналах ключевыми метриками станут вовлеченность в соцсетях (лайки, комментарии, репосты), конверсия из просмотров в посещения (по промокодам из постов блогеров). Качественную оценку дадут опросы посетителей об атмосфере и уровне сервиса. Особое внимание следует уделить выполнению основной цели позиционирования - процент посетителей, которые приходят для работы (можно отслеживать по времени пребывания и заказу дополнительных услуг).	
400	43152	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
401	А4Б1В5Г2Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
402	Ответ: АД Обоснование выбора: А. Анализ потребительских потребностей позволяет понять, что именно необходимо целевой аудитории, и адаптировать продукт под эти	2 балла - полное правильное соответствие; 1 балл - если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов - остальные случаи

	потребности. Это основа успешной товарной политики и дальнейших маркетинговых усилий. Д. Определение уникального торгового предложения (УТП) является важным фактором для выделения продукта на фоне конкурентов. УТП помогает мотивировать целевую аудиторию к покупке, так как оно демонстрирует, чем продукт отличается и почему он лучше альтернатив.	
403	Для разработки стратегии продвижения брендингового агентства «EcoWave» следует предпринять следующие действия: Проанализировать целевую аудиторию. Посетить экологически безопасные магазины, принять участие в экологических мероприятиях, проявить активность в социальных сетях на темы экологии и устойчивого развития. Применить инструменты аналитики для детального понимания интересов и поведения целевой аудитории. Создать контентную стратегию. Визуальный контент: Разработка серии видеороликов и инфографики о важности экологии и преимуществах устойчивого производства. Образовательные посты: Публикация статей и блогов на тему экологически чистых практик с акцентом на примеры успешных кейсов из опыта агентства. Выбрать платформу для продвижения. Социальные сети как основные платформы, где можно создавать вирусный контент, привлекающий молодежную аудиторию. Настройка регулярных рассылок с полезными советами и освещением работы агентства. Наружная реклама, но в контексте рекомендаций от людей, которые уже активно поддерживают эко-инициативы. Запустить рекламную кампанию. Использование рекламы в соцсетях с точной настройкой на целевую аудиторию, заинтересованную в экологии. Создание разных версий объявления в зависимости от площадки и аудитории. Проанализировать результаты. Использование инструментов аналитики для отслеживания эффективности рекламных кампаний. Сбор	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

	отзывов от клиентов и аудитории для улучшения контента и рекламных акций. Таким образом мы получим увеличение осведомленности о бренде «EcoWave» и его услугах. Привлечение новых клиентов за счет более эффективного использования цифровых медиа. Формирование сообщества вокруг бренда за счет активного взаимодействия в социальных сетях и на других платформах. Этот подход позволит «EcoWave» использовать современные рекламные и медийные системы более эффективно, учитывая их особенности и потребности целевой аудитории. Эко-сообщество активно растет, и правильная стратегия может значительно повысить имидж и успех агентства.	
404	Ответ: АД Обоснование выбора: А. Социальные сети являются мощными инструментами для таргетированной рекламы. Они позволяют точно настраивать аудиторию по возрасту, интересам и поведению, что делает рекламу более эффективной. Эти платформы также предоставляют возможность интерактивного взаимодействия с пользователями, что способствует повышению вовлеченности и узнаваемости бренда. Д. RuTube, TikTok являются популярными платформами для видеорекламы, которая может быть более запоминающейся и эмоционально вовлекающей, чем текстовая или графическая реклама. Они также позволяют использовать креативные форматы рекламы, такие как короткие видео или рекламные ролики, которые могут быстро привлечь внимание целевой аудитории.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
405	А1Б2В3Г4Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
406	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. Реферальная программа позволяет распределить ресурсы на стимулирование существующих клиентов, что снижает CPA, создает систему показателей (количество привлеченных клиентов, их LTV), а также	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	уменьшает зависимость от платной рекламы, повышает лояльность (клиенты получают бонусы). Г. Оптимизация таргетированной рекламы включает планирование A/B-тестов для повышения эффективности, позволяет точно измерить ROI по разным аудиториям, снижает CPA за счет более релевантных объявлений, не требует дополнительных затрат (работа в рамках текущего бюджета).	
407	1. Основные разделы плана рекламной кампании: 1.1. Анализ рынка и целевой аудитории (ЦА) (исследование конкурентов, предпочтений ЦА, SWOT-анализ); 1.2. Цели и KPI кампании (например: увеличение узнаваемости бренда на 20%, рост продаж на 15%); 1.3. Креативная стратегия и сообщение (УТП (уникальное торговое предложение), тональность, визуальный стиль); 1.4. Медиаплан и каналы продвижения (выбор каналов (соцсети, influencer-маркетинг, контекстная реклама), бюджет); 1.5. Оценка эффективности (метрики (охват, конверсия, ROI), инструменты аналитики (Google Analytics, CRM)). 2. ROI рассчитывается по формуле: ROI = (Прибыль−Затраты) / Затраты×100% ROI = (1 200 000−500 000)500 000×100%=140% Кампания эффективна (ROI > 100%), так как каждый вложенный рубль принес 1,4 рубля прибыли.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
408	Ответ: В Обоснование выбора: В. Показатель доли рынка, занимаемой продуктом напрямую отражает успешность продвижения продукта, так как показывает, насколько эффективно компания захватывает целевую аудиторию и конкурирует на рынке. Остальные варианты либо не связаны с продвижением, либо касаются внутренних процессов компании.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
409	Разработка вариантов позиционирования новых товаров Вариант 1. Игровой компьютер Целевая аудитория: Геймеры, молодежь, любители технологий.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	Ключевые характеристики: Высокая производительность, продвинутая графика, система охлаждения, возможность обновления компонентов. Сообщение: «Безграничные игровые возможности: откройте новые миры с нашим мощным игровым компьютером!». Вариант 2. Бизнес-ноутбук Целевая аудитория: Профессионалы, малый и средний бизнес. Ключевые характеристики: Надежность, длительное время работы от аккумулятора, защита данных, легкость и портативность для деловых путешествий. Сообщение: Ваш надежный партнер в бизнесе: продуктивность и безопасность в каждом мгновении с нашим новым ноутбуком». Вариант 3. Эко-ноутбук Целевая аудитория: экологически сознательные потребители и студенты. Ключевые характеристики: использование переработанных материалов, низкое энергопотребление, долгий срок службы, программа утилизации. Сообщение: «Будущее в ваших руках: выбирайте наш эко-ноутбук для заботы о планете». Вывод. Разработка эффективного позиционирования новых товаров – это ключевой шаг к успеху на рынке. При создании стратегий для компьютеров важно учитывать потребности целевой аудитории и основные характеристики продукта. Позиционирование должно не только выделять продукт на фоне конкурентов, но и четко донести его ценность и преимущества до потребителей.	0 баллов – остальные случаи
410	Для эффективного продвижения на рынке и достижения своих коммерческих целей ресторану «Вкусные истории» необходимо: 1. Составление плана продвижения Анализ текущего положения. Проведение SWOT-анализа: сильные и слабые стороны, возможности и угрозы. Разработка уникального торгового предложения	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

	(УТП), например акцент на использование локальных продуктов и авторских блюд. Определение каналов продвижения. Социальные сети; веб-сайт (актуализация контента с онлайн-бронированием, разделом новостей и блогом с рецептами). Сотрудничество с блогерами и foodie-инфлюенсерами для увеличения охвата. Запуск рекламной кампании. Создание контент-календаря для публикаций о новых блюдах, кулинарных мероприятиях и специальных предложениях. Проведение регулярных акций и событий (например, мастер-классы, дегустации). Присутствие на ярмарках и гастрономических фестивалях для продвижения бренда и увеличения видимости. 2. Выделение ресурсов Человеческие ресурсы. Маркетинг-менеджер для разработки и реализации стратегии. Шеф-повар для создания уникальных блюд и участия в мероприятиях. Социальный медиа-менеджер для ведения аккаунтов и общения с клиентами. Финансовые ресурсы. Бюджет на рекламные кампании в соцсетях (предположим, 30% от годового бюджета ресторана). Бюджет на мероприятия (не менее 10% от общего бюджета). 3. Планирование и контроль реализации стратегии: Таймлайн. Составление детального временного плана с этапами реализации (ежемесячные активации, регулярные отчеты). Проведение ежемесячных встреч команды для обсуждения прогресса, оценки результативности стратегии и коррекции плана. Подготовка ежемесячных отчетов по ключевым показателям для анализа эффективности проектов и достижения целей. Выводы. Применение данной стратегии позволит ресторану «Вкусные истории» увеличить число новых клиентов и рост популярности на рынке. Зарекомендовать себя не только как место с вкусной кухней, но и как значимого игрока в гастрономической сфере региона. Соответственно эффективно продвигаться на рынке и достичь своих коммерческих и имиджевых целей. Системное планирование и выделение ресурсов помогут достичь желаемых результатов и обеспечить устойчивый рост заведения.	

411	1. Основные этапы плана продвижения бренда: 1.Анализ рынка и целевой аудитории: изучить потребности и предпочтения целевой аудитории, провести конкурентный анализ для выявления уникального торгового предложения (УТП). 2.Разработка позиционирования бренда: создать уникальное сообщение, подчеркивающее экологичность и качество продукции, разработать визуальный стиль (логотип, упаковка, цветовая гамма). 3.Выбор каналов продвижения: социальные сети (для таргетированной рекламы и взаимодействия с аудиторией), блогеры и инфлюенсеры (для продвижения через авторитетные лица), экологические мероприятия (для повышения узнаваемости бренда в рамках экологической тематики). 4.Запуск рекламной кампании: создать креативные рекламные материалы (видео, посты, сторис), настроить таргетированную рекламу с учетом интересов целевой аудитории. 5.Оценка эффективности и корректировка стратегии: регулярно анализировать KPI и вносить изменения в стратегию при необходимости. 2. Ключевые показатели эффективности (KPI): узнаваемость бренда: охват рекламных кампаний (количество уникальных пользователей, увидевших рекламу), упоминание бренда в социальных сетях и СМИ; вовлеченность аудитории: лайки, комментарии, репосты в социальных сетях, просмотры и длительность просмотра видеороликов; продажи: количество продаж нового продукта; конверсия рекламных кампаний (соотношение просмотров к покупкам); лояльность клиентов: повторные покупки; отзывы и рейтинги на сайте и в социальных сетях.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
412	1. Разработка показателей эффективности является критически важной частью маркетинговой стратегии, так как они позволяют оценить результативность проведенных мероприятий. Эти показатели помогают определить, насколько успешно достигаются поставленные цели, а также выявить сильные и слабые стороны стратегии. Без четко установленных	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	критериев оценки невозможно объективно судить о том, какие действия приносят желаемые результаты, а какие требуют корректировки. 2. Взаимодействие с участниками работ, такими как сотрудники, партнеры и подрядчики, играет ключевую роль в успешности реализации маркетинговой стратегии. Эффективная коммуникация и сотрудничество между всеми участниками процесса позволяют обеспечить согласованность действий, быстрое решение возникающих проблем и адаптацию к изменениям рынка. Это способствует созданию единой команды, работающей над достижением общих целей, что значительно повышает шансы на успех реализации стратегии продвижения.	
413	1. Ключевые показатели эффективности (KPI) для рекламной кампании CAC (Cost per Acquisition) — стоимость привлечения клиента (позволяет оценить эффективность расходов на рекламу и сравнить с запланированными показателями; CR (Conversion Rate) — коэффициент конверсии (показывает процент пользователей, которые совершили целевое действие (например, заполнили форму или оформили заказ)); ROI (Return on Investment) — коэффициент возврата инвестиций (отражает прибыльность рекламной кампании и позволяет оценить ее окупаемость. 2. Корректировка рекламной стратегии если CAC превышает запланированный показатель на 20%: 2.1. Оптимизация таргетинга: пересмотреть аудиторию, на которую направлена реклама, и скорректировать параметры таргетинга для более точного охвата целевой аудитории МСБ. Обоснование: снижение CAC за счет более точного выбора аудитории. 2.2. Перераспределение бюджета между каналами: проанализировать эффективность различных рекламных каналов (например, социальные сети, контекстная реклама) и перераспределить бюджет в пользу наиболее эффективных.	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

	Обоснование: Снижение CAC за счет более эффективного использования рекламных каналов. 3. Механизм контроля за соблюдением сроков реализации рекламной кампании 3.1. Планирование и постановка задач (разработать подробный план кампании с четкими сроками и задачами для всех участников, включая подрядчиков). 3.2. Регулярный мониторинг и коммуникация (организовать регулярные встречи и отчеты с подрядчиками для мониторинга прогресса и оперативного решения проблем). 3.3. Контроль за соблюдением сроков **(**использовать инструменты управления проектами (например, Trello, Asana) для отслеживания сроков и выполнения задач).	
414	Ответ: В Обоснование выбора: В. Данный канал позволяет точно охватить целевую аудиторию, гибко настраивать рекламные кампании и оперативно измерять их эффективность через аналитику. Остальные варианты либо устарели, либо менее эффективны в условиях цифровизации.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
415	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Поскольку продукт имеет уникальные свойства, акцент на образовании потребителей о том, как многоразовая упаковка может снизить уровень отходов и защищать окружающую среду, будет более эффективным, чем простая стратегия акций или массового продвижения, которая может не донести до потребителей истинную ценность продукта.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
416	1. Эффективные каналы продвижения: Instagram/TikTok-блогеры (эксперты в экологии): молодёжь активно использует соцсети, а блогеры формируют доверие. Пример: коллаборация с эко-активистами. Контент-маркетинг в формате short-video (Reels, YouTube Shorts): короткие ролики о вреде пластика и преимуществах эко-бутылки. Поддерживает тренд на виральность.	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

	Партнёрство с университетами и эко-ивентами: раздача образцов на студенческих мероприятиях усиливает вовлечённость ЦА. 2. Исключаемый канал: Телевизионная реклама. Обоснование: молодёжь 18–25 лет редко смотрит ТВ (по данным Mediascope, только 12% этой аудитории регулярно его использует). Высокая стоимость производства и размещения при низкой эффективности. 3. Метрики оценки эффективности: Для соцсетей: CTR (кликабельность) рекламных постов, уровень вовлечённости (лайки, комментарии, репосты). Для офлайн-ивентов: количество розданных образцов, конверсия в покупки через промокоды. Общая метрика: ROI (возврат на инвестиции) по каждому каналу.	
417	Для разработки стратегии продвижения бренда птицефабрики «Зеленое Перо» следует: 1.Определить каналы продвижения. Социальные сети для визуального контента (фото и видео о процессе производства, рецепты) и взаимодействия с клиентами. Собственный веб-сайт. Оптимизированный для SEO с блогом о пользе органических продуктов и рецептами. Электронная почта. Регулярные рассылки с новыми акциями, полезной информацией и рецептами. Местные рынки и фермерские ярмарки. Прямое взаимодействие с клиентами и продвижение продукции. Сотрудничество с блогерами и инфлюенсерами. Заключение партнерств с влиятельными фигурами в области здорового питания. 2. Составление стратегии продвижения Изучение рынка. Анализ конкурентов, потребностей клиентов и трендов на рынке. Создание контента. Разработка контент-плана для соцсетей с акцентом на экологические аспекты производства, рецепты и советы.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Запуск рекламной кампании. Использование платных объявлений в соц. сетях для увеличения охвата. Организация мероприятий. Участие в фермерских ярмарках, включение дегустации и акций при покупке. Анализ и отзыв. Сбор обратной связи от клиентов и адаптация стратегии на основе анализа данных. Таким образом, используя предложенную стратегию птицефабрика получит повышение узнаваемости бренда «Зеленое Перо» среди целевой аудитории, увеличение объема продаж за счет эффективного использования средств социальных медиа и цифрового маркетинга, установление долгосрочных отношений с клиентами и партнерами, что в свою очередь способствует росту лояльности к бренду.	
418	1. Критерии выбора каналов продвижения: целевая аудитория: канал должен охватывать молодых профессионалов, увлеченных технологиями; бюджет: канал должен быть рентабельным и соответствовать умеренному бюджету; вовлеченность: канал должен обеспечивать высокий уровень взаимодействия с аудиторией (лайки, комментарии, репосты); гибкость: возможность быстро адаптировать рекламные кампании в зависимости от результатов; измеримость: возможность отслеживать эффективность каналов с помощью аналитики. 2. В качестве канала продвижения можно порекомендовать: социальные сети (ВКонтакте, RuTube), технологические блогеры и инфлюенсеры, онлайн-реклама (Google Ads, Яндекс.Директ). 3. Оценка эффективности каналов продвижения может быть произведена с помощью следующих показателей: охват (количество уникальных пользователей, увидевших рекламу); вовлеченность (лайки, комментарии, репосты); конверсия (переходы на сайт и покупки); упоминания бренда и охват публикаций у блогеров; прирост подписчиков и продаж после публикаций;	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

	CTR (кликабельность объявлений); ROI (возврат на инвестиции).	
419	41523	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
420	Ответ: А Обоснование выбора: CRM-системы, такие как Битрикс24, предоставляют ключевые инструменты для интернет-маркетинга, включая централизованное управление клиентской базой и отслеживание истории взаимодействий. Это позволяет: 1. Персонализировать маркетинговые рассылки на основе данных о клиентах. 2. Анализировать эффективность кампаний через историю сделок и коммуникаций. 3. Автоматизировать бизнес-процессы, связанные с продажами и обслуживанием. 4. Соблюдать законодательные требования по обработке персональных данных за счет структурированного хранения информации. Остальные варианты (Б, В, Г) относятся к настройкам интерфейса или форматам данных, но не оказывают прямого влияния на оптимизацию маркетинговых процессов.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
421	1.Сервисы электронной аналитики: Яндекс.Метрика, Google Analytics. 2.Интеграция сервисов в CRM-систему: Синхронизация данных: интеграция данных из сервисов аналитики с CRM-системой позволит объединить информацию о поведении пользователей с историей их взаимодействий с брендом. Это обеспечит более полное представление о жизненном цикле клиента. Персонализация предложений: используя данные из аналитических сервисов, можно создавать персонализированные предложения, основанные на предпочтениях и действиях пользователей.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Автоматизация триггерных рассылок: интеграция позволит настроить автоматические триггерные кампании, отправляемые в зависимости от действий пользователя в приложении. Сегментация аудитории: аналитические данные помогут разделить пользователей на сегменты и разрабатывать индивидуальные стратегии для каждого сегмента. Мониторинг эффективности: совместное использование данных из CRM и аналитических платформ позволит оценивать эффективность маркетинговых инициатив и кампаний, корректировать стратегии в реальном времени.	
422	1.Типы электронных рассылок: - Приветственная серия писем. Она может содержать информацию о компании, специальные предложения для новых клиентов и рекомендации по использованию аккаунта. - Письма с рекомендациями: персонализированные рассылки с товарами, подобранными на основе истории покупок и просмотров клиента. - Напоминания о брошенных корзинах с предложением завершить заказ. - Пост-продажные письма с благодарностью, инструкциями по уходу за продуктом и предложением оставить отзыв. - Рекомендательные письма с подборкой новинок или распродаж, основанных на предпочтениях клиента. - Рассылки с сезонными скидками, специальными предложениями ко дням рождения клиентов или праздничным датам. 2.Метрики для оценки эффективности рассылок: открываемость писем; кликабельность; конверсия; отказы от подписки; доход на одно письмо; возврат вложений. 3.Электронные рассылки играют ключевую роль в повышении вовлечённости клиентов и стимулировании повторных покупок, выполняя несколько важных функций: персонализация; информация и образование; стимуляция покупок; напоминания и рекомендации; поддержание контакта; сбор обратной связи; повышение узнаваемости бренда.	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
423	А3Б1В6Г5Д2	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

424	6273145	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
425	1. Основные функции и преимущества сервисов электронных рассылок: Функции: создание и оформление писем; сегментация аудитории для таргетированных рассылок; автоматизация рассылок (триггерные письма, серии писем); аналитика (открываемость, кликабельность, конверсия); интеграция с CRM и другими инструментами. Преимущества: повышение вовлеченности клиентов, увеличение продаж за счет персонализированных предложений; экономия времени благодаря автоматизации, возможность отслеживать эффективность кампаний. 3. План электронных рассылок. 1. Проведение сегментации аудитории: необходимо разделить клиентов на группы по интересам, создать отдельные рассылки для новых и постоянных клиентов. 2.Определение типа рассылок: приветственная серия (письмо с приветствием, описанием преимуществ бренда и скидкой на первый заказ), акции и скидки (регулярные уведомления о скидках, распродажах и специальных предложениях), обзоры и рекомендации (письма с обзорами новых товаров и рекомендациями по их использованию), письма с напоминаниями (напоминание о брошенной корзине или о необходимости повторного заказа). 3.Определение частоты рассылок: 1–2 письма в неделю, чтобы не перегружать клиентов. 4.Проведение аналитики и оптимизации. Необходимо регулярно анализировать показатели открываемости, кликабельности и конверсии, корректировать содержание писем и частоту рассылок на основе данных. 3. Основными критериями при выборе сервиса для компании могут быть: простота использования, широки набор шаблонов для писем, интеграция с популярными платформами, поддержка мультиканальных рассылок, возможность создания чат-ботов, инструменты для сегментации аудитории.	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

426	Ответ:Б Обоснование выбора: Тег <a> (anchor) используется для создания гиперссылок с атрибутом href, который указывает URL-адрес. Остальные теги предназначены для изображений (<img>), подключения внешних ресурсов (<link>) и структурирования контента ( ).	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
427	1. Преимущества: • Централизованная клиентская база для анализа данных. • Возможность автоматизации рассылок и отслеживания эффективности рекламных кампаний. 2. Инструмент: «Бизнес-процессы» — позволяет настраивать автоматические сценарии (например, отправка уведомлений при изменении статуса сделки).	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
428	Ответ: АД Обоснование выбора: А. Веб-аналитика позволяет отслеживать поведение пользователей на сайте, анализировать трафик, конверсии и другие важные метрики. Д. Фокус-группы предоставляют качественную информацию о восприятии бренда, продуктах и услугах.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
429	1.Методы управления клиентской базой: CRM-системы (система управления взаимоотношениями с клиентами), персонализация коммуникаций, программы лояльности, автоматизация маркетинга; обратная связь и отзывы. 2.Наиболее перспективный метод управления клиентской базой CRM-системы, потому что они предоставляют всесторонний обзор взаимоотношений с клиентами и позволяют автоматизировать многие процессы, связанные с управлением клиентской базой. CRM-системы помогают лучше понимать клиентов, повышать их удовлетворённость и лояльность, а также улучшать эффективность работы отделов продаж и маркетинга. Интеграция CRM с другими инструментами, такими как аналитика и автоматизация маркетинга, открывает дополнительные возможности для роста компании.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
430	Ответ: АВ	2 балла – полное правильное соответствие;

	Обоснование выбора: А. Электронная коммерция дает возможность бизнесу выйти за пределы географических границ и заполучить клиентов по всему миру. Глобализация расширяет рынок сбыта и позволяет компаниям конкурировать на международном уровне, что особенно важно для малых и средних предприятий, стремящихся расширить свою клиентскую базу. В. Электронная коммерция позволяет бизнесу работать 24/7, что увеличивает потенциальный объем продаж и удовлетворяет потребности клиентов в любое время. Если компания обслуживает клиентов в разных часовых поясах или имеет глобальную аудиторию, то это особенно важно для повышения эффективности ее работы.	1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
431	1. Интернет-эквайринг – позволяет принимать платежи с помощью банковских карт на сайте, что удобно для клиентов, использующих карты Visa, MasterCard или «Мир». Преимущества: быстрота обработки платежей, высокая безопасность благодаря технологиям 3D Secure. Недостатки: требует оборудования от банка и может иметь комиссии за международные транзакции. 2. Электронные кошельки и небанковские платежные системы (Qiwi Касса, ЮKassa) - позволяют клиентам оплачивать заказы без использования банковских карт, что удобно для тех, кто привык использовать электронные кошельки. Преимущества: удобство для клиентов, возможность оплаты через терминалы и мобильные операторы. Недостатки: комиссии за конвертацию валют и вывод средств на банковский счет. 3. Платежные агрегаторы (Робокасса, ArsenalPay) - предоставляют возможность интегрировать несколько методов оплаты на сайте, что удобно для клиентов с разными предпочтениями. Преимущества: быстрое подключение, поддержка различных способов оплаты, интеграция с онлайн-кассами. Недостатки: возможные задержки средств при возврате клиенту. 4. Национальная платежная система «Мир» - используется для льготных категорий граждан и активно применяется в социальных и транспортных приложениях. Преимущества: поддержка государственных	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

	программ, удобство для клиентов, использующих карты «Мир». Недостатки: ограниченное международное признание. Региональные особенности Ростовской области, такие как экономические и инфраструктурные факторы, а также социальные процессы, влияют на выбор платежной системы. Компании в регионе могут предпочитать платежные системы, которые обеспечивают безопасность, удобство и поддержку нескольких методов оплаты.	
432	1. В вашем случае, когда данные о расходах, заказах и поведении пользователей хранятся в разных системах, возникает сложность в формировании целостной картины эффективности рекламных кампаний. Это приводит к следующим проблемам: трудно связать расходы на рекламу с фактическими результатами (заказы, доход); невозможно точно определить, какой канал приносит больше прибыли, а какой – убытков; нет ясного понимания, насколько эффективны отдельные рекламные кампании и какие корректировки нужны. Сервисы сквозной аналитики объединяют данные из всех систем (рекламные кабинеты, CRM, аналитику сайта) в одном месте, позволяя получить полное представление о пути клиента от первого контакта до покупки. Это решает следующие задачи: все данные собираются в одной платформе, что упрощает анализ и позволяет видеть полную картину – от затрат на рекламу до реальных доходов; сервисы помогают определить вклад каждого рекламного канала в конечный результат (например, сколько заказов пришло из контекстной рекламы, а сколько – из социальных сетей); благодаря точной оценке эффективности можно перераспределить бюджет в пользу более прибыльных каналов и сократить расходы на неэффективные. 2.Важные метрики: ROMI (возврат маркетинговых инвестиций), стоимость привлечения клиента (CAC), средний чек (AOV), LTV (пожизненная ценность клиента), лояльность клиентов (LTV), конверсия (CR), доход на вложенный рубль (ROAS), цена за клик (CPC). Эти метрики помогают управлять эффективностью рекламных кампаний, принимая обоснованные решения о распределении бюджета и улучшении конверсии.	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. При внедрении и использовании сервисов сквозной аналитики могут возникнуть следующие сложности: не все системы легко интегрируются друг с другом. Нужно убедиться, что все необходимые данные передаются корректно и своевременно; некорректные или неполные данные могут исказить результаты анализа; недостаточно квалифицированная команда может неправильно интерпретировать данные или не использовать весь потенциал инструмента; внешние факторы (конкуренция, экономические условия) могут повлиять на результаты анализа.	
433	Ответ: В Обоснование выбора: SaaS предоставляет доступ к готовым приложениям (например, Google Docs, Битрикс24). IaaS предлагает инфраструктуру, PaaS – платформу для разработки, HaaS – аренду оборудования	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
434	1. Сравнение: • Публичное облако: Данные хранятся у стороннего провайдера, безопасность зависит от его мер (риск утечек). • Частное облако: Инфраструктура контролируется компанией, выше уровень защиты конфиденциальной информации. 2. Инструменты: • Google Analytics — анализ трафика сайта. • Mailchimp — аналитика email-рассылок. • Яндекс.Метрика — отслеживание поведения пользователей.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
435	1. Основные стратегии управления клиентским опытом: Персонализация взаимодействия: адаптация коммуникаций и предложений под конкретные потребности каждого клиента. Это повышает вовлеченность и удовлетворенность клиентов. Многоканальная поддержка: предоставление возможности клиентам взаимодействовать с компанией через различные каналы. Это обеспечивает удобство и доступность для клиентов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Оперативное решение проблем: быстрое и эффективное решение проблем клиентов для поддержания доверия и лояльности. Это включает использование чат-ботов и живой поддержки. Постоянный сбор и анализ обратной связи: регулярное получение и анализ мнений клиентов для улучшения услуг и продуктов. Это позволяет выявить слабые места и внести корректировки в стратегию. 2. Инструменты и технологии для улучшения клиентского опыта: CRM-системы, чат-боты и виртуальные помощники, аналитические платформы, социальные сети.	
436	1. Основные этапы внедрения CRM-системы: Этап 1: Определение целей и задач внедрения CRM-системы. Этап 2: Анализ возможностей различных CRM-систем и выбор той, которая лучше всего соответствует потребностям компании. Этап 3: Настройка CRM-системы под конкретные процессы компании и интеграция с другими системами. Этап 4: Обучение сотрудников работе с CRM-системой для эффективного использования ее возможностей. Этап 5: Постоянный мониторинг работы CRM-системы и внесение корректировок по мере необходимости. 2. Полезные функции CRM-системы для улучшения взаимодействия с клиентами: позволяет хранить и управлять информацией о клиентах и потенциальных клиентах, отслеживать их взаимодействие с компанией, что помогает персонализировать коммуникации и улучшить продажи; автоматизирует маркетинговые кампании и позволяет настраивать целевые сообщения для разных групп клиентов, что повышает эффективность маркетинга и вовлеченность клиентов; позволяет отслеживать обращения клиентов и оперативно решать их проблемы, что улучшает удовлетворенность клиентов и повышает лояльность; предоставляет данные о поведении клиентов, эффективности продаж и маркетинговых кампаний, что позволяет принимать обоснованные решения для улучшения 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

	3. Для оценки внедрения используют следующие KPI: коэффициент удержания клиентов, уровень удовлетворенности клиентов, среднее время решения проблем, конверсия лидов в клиентов.	
437	1. Для начала проведения маркетинговового исследования в сети Интернет необходимо определить цель и задачи исследования. Цель – понять потребности и предпочтения целевой аудитории, оценить рыночный спрос и определить наиболее эффективные каналы продвижения. Задачи: выявить конкурентов, проанализировать рыночные тенденции и определить потенциальные каналы для продвижения нового продукта. 2. Выбор инструментов и методов: 1) Онлайн-опросы: использование онлайн платформ для сбора информации о предпочтениях и поведении потенциальных клиентов дает возможность быстро собрать данные и охватить большую аудиторию. Однако, недостатком является ограниченность ответов на заранее заданные вопросы. 2) Анализ социальных сетей - использование инструментов (например, Hootsuite, Brandwatch) для мониторинга обсуждений о продуктах и выявления трендов дает возможность получить актуальную информацию о предпочтениях и поведении аудитории в реальном времени. Однако требует постоянного мониторинга и может быть затронут шумом в данных. 3) Семантический анализ - анализ ключевых слов с помощью специализированных платформ для определения популярных запросов и тем. Помогает определить наиболее эффективные ключевые слова для продвижения продукта и оценить спрос. Однако может не учитывать нюансы языка и региональные особенности. 4) Конкурентный анализ - использование специальных платформ для оценки позиций конкурентов в поисковых системах и социальных сетях позволяет оценить сильные и слабые стороны конкурентов и спланировать стратегию продвижения. Однако требует постоянного мониторинга и может быть затронут изменениями в алгоритмах поисковых систем.	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. Обоснование выбора. Онлайн-опросы позволяют быстро собрать первичную информацию о целевой аудитории и ее потребностях. Анализ социальных сетей дает представление о текущих тенденциях и предпочтениях клиентов, что важно для создания актуального маркетингового контента. Семантический анализ помогает определить наиболее эффективные ключевые слова для продвижения продукта и оценить рыночный спрос. Конкурентный анализ позволяет оценить сильные и слабые стороны конкурентов и спланировать стратегию продвижения, которая будет отличаться от их подходов.	
438	1. Целевая аудитория: семьи с детьми (25-45 лет) со средним и выше среднего уровнем дохода, проживающие в крупных городах, заботящиеся о здоровье и экологии, интересующиеся здоровым питанием, кулинарией и экологичным образом жизни. Обоснование: высокая платежеспособность, осознанное потребление, потребность в качественных продуктах для детей. 2. Каналы: SMM (социальные сети) – создание сообщества, публикация контента о здоровом питании и рецептах; контекстная реклама (Яндекс.Директ) – таргетинг по ключевым словам, связанным с экологически чистыми продуктами; email-маркетинг – рассылка новостей и акций постоянным клиентам. 3. Действия: 1. Запуск таргетированной рекламы в социальной сети с акцией «Первая покупка со скидкой». Оценка: отслеживание количества кликов, конверсии в покупку. 2. Создание серии полезных статей/видео о выборе экологически чистых продуктов для детей и размещение их в блоге онлайн-магазина. Оценка: анализ трафика на блог, время на сайте, количество репостов. 3. Проведение email-рассылки с информацией о новинках ассортимента и эксклюзивными предложениями для подписчиков. Оценка: процент открытых писем, CTR, конверсия в покупку.	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
439	1. Среди основных задач проведения маркетинговых исследований в региональном маркетинге можно выделить: – получение достоверной и актуальной информации о региональном рынке для принятия обоснованных управленческих решений;	3 балла - полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	- оценка потенциала регионального рынка: определение емкости рынка, темпа роста, структуру спроса и предложения, уровень конкуренции. - изучение потребителей: выявление их потребности, предпочтений, мотивов поведения, уровня лояльности к различным брендам и товарам. - оценка эффективности маркетинговых мероприятий: измерение влияния рекламных кампаний, акций стимулирования сбыта, программ лояльности на потребительское поведение и объемов продаж. - разработка эффективной маркетинговой стратегии для региона. 2. Методы исследований: 1) Онлайн-опросы: разработка и распространение анкет через интернет. Опросы могут быть направлены на различные целевые группы: местных жителей, потенциальных туристов, представителей туристического бизнеса. 2) Глубинные интервью с экспертами и ключевыми стейкхолдерами: проведение личных или телефонных интервью с экспертами в области туризма, представителями органов власти, владельцами туристических компаний, гидами, представителями индустрии гостеприимства (отели, рестораны). Интервью проводятся по заранее разработанному гайду (плану вопросов), но допускается гибкость в зависимости от ответов респондента. 3) Анализ данных социальных сетей и онлайн-отзывов: мониторинг упоминаний региона, его туристических достопримечательностей, туристических компаний в социальных сетях, на сайтах отзывов, в блогах и форумах. Анализ тональности комментариев, выявление ключевых тем и проблем, определение популярных мест и активностей. Используются инструменты автоматического мониторинга и анализа текста. Наименее трудоёмким и финансово затратным методом, является анализ данных социальных сетей и онлайн-отзывов. Хотя для эффективного анализа требуется определенная квалификация, существует множество доступных инструментов (как бесплатных, так и платных с небольшими ценами) для мониторинга и анализа социальных сетей. Этот метод позволяет получить большой объем информации о мнениях туристов без необходимости проведения дорогих опросов или глубинных интервью.	1 балл - если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Основные затраты связаны с временными затратами на освоение инструментов анализа и интерпретацию полученных результатов.	
440	1. Для получения быстрых результатов в исследовании потребительских предпочтений при обновлении ассортимента женских наручных часов, наиболее эффективным методом будет онлайн-опрос (анкетирование). Обоснование: онлайн-опросы позволяют собрать данные в кратчайшие сроки. Анкеты можно быстро разработать и распространить через интернет (социальные сети, email-рассылки, специализированные платформы для опросов). Ответы поступают практически мгновенно, что значительно ускоряет процесс сбора информации. Онлайн-опросы обычно дешевле, чем другие методы, такие как личные интервью или фокус-группы. Это связано с отсутствием затрат на аренду помещений, оплату труда интервьюеров и транспортные расходы. Онлайн-опросы позволяют охватить широкую аудиторию, включая потенциальных покупателей из разных регионов и демографических групп. Это особенно важно, если компания планирует продавать часы через интернет. Специализированные платформы для онлайн-опросов автоматически обрабатывают данные и формируют отчеты. Это значительно экономит время и ресурсы, позволяя аналитикам сосредоточиться на интерпретации результатов. 2. Этапы проведения онлайн-опроса: 1) Определить целевую аудиторию: определите, кого вы хотите опросить (возраст, доход, интересы, стиль одежды и т.д.). 2) Разработать анкету: включите вопросы о предпочтениях в отношении дизайна, материалов, функциональности, бренда, цены и других характеристик часов. Используйте как закрытые (с вариантами ответов), так и открытые вопросы (для получения развернутых комментариев). 3) Протестировать анкету: перед запуском опроса протестируйте анкету на небольшой группе людей, чтобы убедиться, что вопросы понятны и не вызывают затруднений.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	4) Распространите анкету: используйте различные каналы для распространения анкеты (социальные сети, email-рассылки, рекламу в интернете, партнерские программы). 5) Соберите и проанализируйте данные: после завершения опроса соберите данные и проанализируйте их, используя статистические методы. Выявите ключевые тенденции и предпочтения потребителей.	
441	132645	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
442	1.CRM-маркетинг оказывает значительное воздействие на формирование потребительского спроса благодаря следующим механизмам: - Персонализация коммуникаций. Индивидуализированные предложения и контент усиливают эмоциональную привязанность клиентов к бренду, способствуя формированию устойчивых предпочтений. - Постоянное взаимодействие. Благодаря регулярному контакту с клиентами поддерживается интерес к продуктам и услугам компании. - Аналитика поведения. Использование данных о поведении потребителей позволяет лучше понимать потребности целевой аудитории и формировать соответствующий спрос. - Программы лояльности. Бонусы, скидки и другие привилегии мотивируют клиентов совершать повторные покупки и оставаться приверженными бренду. 2.Инструменты CRM-маркетинга для увеличения лояльности и привлечения новых клиентов: - Email-маркетинг. Персонализированные рассылки с акциями, новостями и рекомендациями на основе предыдущих покупок. - Программы лояльности. Накопительные баллы, кэшбэк, персональные скидки для постоянных клиентов. - Опросы и сбор обратной связи. Активное вовлечение клиентов в диалог для понимания их потребностей и улучшения продуктов и услуг. - Социальные медиа и контент-маркетинг. Публикация полезного контента, который привлекает внимание потенциальной аудитории и формирует доверие к бренду.	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

	- Чат-боты и живая поддержка. Автоматизация общения с клиентами для оперативного решения вопросов и улучшения клиентского опыта. 3.План мероприятий по усилению позиционирования бренда и стимулированию покупательской активности: 1.Создание уникального ценностного предложения. 2.Запуск программы лояльности. 3.Проведение рекламных кампаний. 4.Организация вебинаров и мастер-классов. 5.Развитие омниканальной коммуникации.	
443	А4Б1В2Г3Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
444	Ответ: А Обоснование выбора: А. Фокус-группы представляют собой метод качественного исследования, где группа из 6-12 респондентов обсуждает продукт или услугу под руководством модератора. Этот метод эффективно используется для углубленного понимания потребительских предпочтений, эмоций и мотиваций, что особенно важно на этапе разработки нового продукта. Таким образом, фокус-группы позволяют собрать качественные данные, что делает этот метод наиболее эффективным для понимания потребительских предпочтений при разработке нового продукта.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
445	Ответ: БВ Обоснование выбора: Эффективным методом являются: Б. Фокус-группы, которые предусматривают групповые обсуждения с владельцами аптек и помогут понять, какие факторы влияют на выбор поставщика (например, скорость доставки, ассортимент), помогут выявить уровень удовлетворенности, предпочтения и ожидания от ассортимента и сервиса. В. Глубинные интервью, которые представляют индивидуальные беседы с ключевыми клиентами для выявления скрытых потребностей (например, необходимость в консультациях по маркировке). Выбранные	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	методы помогут скорректировать ассортимент или условия сотрудничества.	
446	1. Предлагаем для предприятия стратегию оптимизации ассортимента, в результате которой будут осуществляться такие действия: -тестирование: сравнение спроса на новые вкусы (например, шоколад с морской солью против классического); -внедрение «полезных сладостей»: изделия без сахара, с низкой калорийностью; -экспорт: адаптация продукции к вкусам зарубежных рынков (например, добавление экзотических наполнителей для); 2. Этапы маркетинговых исследований при разработке стратегии: -определение целей и задач исследования. На первом этапе необходимо четко сформулировать, что мы хотим узнать о потребителях, рынке и конкурентах. Например, выявление предпочтений в типах кондитерских изделий. -анализ вторичных данных. Изучение уже существующих отчетов, исследований рынка и статистики продаж для получения общей картины и выявления трендов. -проведение первичных исследований. Сбор данных непосредственно от потребителей с помощью опросов, фокус-групп и интервью. Важно понять мотивации, потребности и ожидания целевой аудитории. -анализ конкурентов. Оценка сильных и слабых сторон конкурентов, их маркетинговых стратегий и ценовой политики. -разработка маркетинговых стратегий. На основе полученных данных разработка стратегий продвижения продукции, включая ценообразование, каналы сбыта и рекламные кампании. 3. Эффективность формирования спроса достигается за счет персонализации предложений, использования данных о потребителях для таргетированной рекламы и создания программ лояльности.	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
447	А3Б1В2Г5Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
448	Ответ: АВ Обоснование выбора:	2 балла – полное правильное соответствие;

	А. Знание о конкурентах является ключевым элементом разработки успешной маркетинговой стратегии. Понимание того, что предлагают конкуренты, позволяет «TechGenius» выделить свои товары и услуги. Успешный анализ позволяет выявить области, в которых компания может предложить лучшие решения или дополнительные ценности, что может стать конкурентным преимуществом. В. Аналитика веб-сайта предоставляет ценную информацию о том, как пользователи взаимодействуют с контентом и какие продукты вызывают наибольшую заинтересованность. Эта информация может помочь «TechGenius» улучшить пользовательский опыт сайта, оптимизировать контент для привлечения большей аудитории и адаптировать стратегию продвижения на основе анализа предпочтений и поведения клиентов.	1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
449	Ответ: БГ Обоснование выбора: Б. Достоверность заявленного состава и соответствие нормативным требованиям являются ключевыми факторами доверия потребителей к органической продукции. Лабораторные исследования (в соответствии с ГОСТ 31981-2013 и другими релевантными стандартами) позволяют подтвердить заявленные характеристики продукта и гарантировать его безопасность. Г. Наличие сертификатов соответствия органическому производству и соответствие требованиям ТР ТС 021/2011 являются обязательными условиями для легального оборота пищевой продукции на территории Таможенного союза. Отсутствие данных сертификатов ставит под сомнение качество и безопасность продукта, что недопустимо для органической продукции, ориентированной на потребителей, предъявляющих повышенные требования к качеству и безопасности.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
450	1.Источники данных: Онлайн-покупки и история транзакций: информация о покупках, сделанных через сайт компании, включая частоту покупок, суммы трат, предпочитаемые категории товаров. Прямой сбор данных через анкеты и опросы, проводимые на сайте, в соцсетях или по электронной почте.	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;

	Мониторинг активности подписчиков в соцсетях, анализ комментариев и отзывов. Использование инструментов вэб-аналитики для отслеживания поведения пользователей на сайте (посещённые страницы, время пребывания, путь конверсии). Внутренние данные о клиентах, собранные системой управления взаимоотношениями с клиентами, включая историю взаимодействий, запросы в службу поддержки и т.п. 2.Методы обработки данных: кластерный анализ; анализ временных рядов; текстовая аналитика; машинное обучение; регрессионный анализ. 3.Польза полученных данных для персонализации: Индивидуальные предложения: основываясь на истории покупок и интересах, вы сможете предлагать каждому клиенту товары, которые соответствуют его предпочтениям. Таргетированная реклама: использование данных для настройки рекламы, показываемой только заинтересованным пользователям. Программа лояльности: разработка уровней программы лояльности, исходя из ценности клиента для компании (частота покупок, сумма трат и т.д.). Контекстные уведомления: отправка сообщений и уведомлений, основанных на реальных действиях клиента (например, напоминание о повторной покупке после окончания срока годности продукта). Предсказательная аналитика: прогнозирование вероятности оттока клиентов и разработка мер по их удержанию.	0 баллов – остальные случаи
451	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Метод ценообразования на основе воспринимаемой ценности наиболее подходит для полезных продуктов, так как потребители готовы платить больше за экологичность и безопасность. Он учитывает не только затраты, но и ценность, которую продукт представляет для целевой аудитории. Остальные методы либо не учитывают уникальность продукта, либо не подходят для стабильного рынка.	1б – полное правильное соответствие; 0 б – остальные случаи

452	1. Наиболее перспективными ключевыми сегментами рынка для экологически чистого универсального моющего средства будут: - экологически осознанные домохозяйства: семьи и отдельные люди, которые активно стремятся к экологичному образу жизни, выбирают продукты с минимальным воздействием на окружающую среду, готовы платить немного больше за экологичность и безопасность. Они часто ищут продукты с соответствующими сертификатами, натуральным составом и перерабатываемой упаковкой. - семьи с маленькими детьми и/или домашними животными: для этих потребителей особенно важна безопасность бытовой химии. Они предпочтут средство без агрессивных химикатов, которое не вызовет аллергии и будет безопасно для детей и животных. - приверженцы ЗОЖ (здорового образа жизни): Этот сегмент заинтересован в минимизации токсичных веществ в своей среде обитания. Они выбирают товары, способствующие поддержанию здоровья и благополучия. - Ниша B2B: эко-отели, рестораны, кафе, офисы, детские сады: Компании, которые стремятся к устойчивому развитию и экологической ответственности, также могут быть заинтересованы в приобретении универсального моющего средства «Эковиб» для своих нужд. 2. Для выявления спроса на универсальное моющее средство «Эковиб» следует использовать комбинированный подход, сочетающий количественные и качественные методы исследования: онлайн-опрос целевой аудитории (количественный метод) в сочетании с фокус-группами (качественный метод). Комбинированный подход позволяет получить как количественные данные о масштабе спроса, так и качественные данные о мотивациях и потребностях потребителей.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
453	1. Для выявления сильных и слабых сторон конкурентов используются структурированные методы, которые помогают систематизировать данные и принимать стратегические решения. SWOT - универсальный метод оценки внутренних (сильные/слабые стороны) и внешних (возможности/угрозы) факторов. С помощью определения сильных сторон можно определить лидерство в сегменте, инновации,	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	узнаваемость бренда. Слабые стороны позволяют оценить зависимость от сырья, высокие цены, узкий ассортимент. SPACE-анализ с помощью которого проводят оценку стабильности обстановки, промышленный потенциал, конкурентные преимущества, качество продукции, бренд. Анализ через 7Р, который позволяет оценить все аспекты деятельности конкурента через: Продукт: уникальность, качество. Цену: Сравнение с рынком. Место: Каналы сбыта (онлайн, офлайн). Продвижение: Реклама, акции. Люди: Кадры, сервис. Процесс: Скорость выполнения заказов. Физическое окружение: Условия хранения, логистика. 2. Конкретные шаги по улучшению конкурентоспособности: -Анализ рынка и конкурентов, который поможет определить стратегические направления. -Оптимизация производственных процессов, направленные на снижение затрат и увеличение качества выпускаемой продукции. -Инновации и технологии путем внедрение новых технологий и экологических решений. -Маркетинг и продвижение, которые позволят повысить узнаваемость и расширить аудиторию.	
454	1. Определим состав цены Цена реализации лампы включает: -Себестоимость произведенной лампы, которая будет рассчитана исходя из общей себестоимости и количества выпущенных ламп. Для этого определим общую себестоимость: прямые затраты + косвенные затраты: 955 000 руб. + 280 000 руб. = 1 235 000 руб. Определим себестоимость 1 лампы: 1235000 руб.: 15000ламп = 82,3 руб./ламп.	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

	Состав цены напрямую зависит от себестоимости и желаемой прибыли. Ключевые факторы себестоимости - сырьё, затраты на труд и общепроизводственные расходы. 2. Определим сумму прибыли: Вначале определим сумму выручки, исходя из цены, которая установлена на уровне 1500 руб. за лампу: 15 000 ламп × 1 500 руб. = 22 500 000 руб. Прибыль = Выручка – Себестоимость. 22 500 000 – 1 235 000 = 21 265 000 руб. Прибыль за 1 лампу = 1500 – 82,3 = 1417,7 руб./лампа. 3.Рекомендации по снижению себестоимости: необходимо оптимизировать закупки, за счет проведения переговоров с поставщиками о снижении цен на сырьё. а также провести внедрение системы учета остатков материалов. Важным фактором является сокращение косвенных расходов, которые можно осуществить за счет перехода на энергосберегающее оборудование и проведения ремонта оборудования по графику, чтобы избежать аварийных остановок, а также за счет улучшения производительности путем внедрения автоматизации для снижения затрат на труд и обучения сотрудников для сокращения брака. 4. Вывод. Состав цены напрямую зависит от себестоимости и желаемой прибыли. Ключевые факторы себестоимости - сырьё, труд и инфраструктурные расходы. Снижение затрат возможно за счёт оптимизации закупок, технологий и управления ресурсами.	
455	1. Комплекс маркетинга может быть применим к любому типу товара. Регион также можно отнести к товару, исходя из наличия у него полезных для потребителя свойств. На основе данного утверждения можно заключить следующее: существует возможность адаптации комплекса маркетинга, используемого в классической теории маркетинга, для региона, с учетом его специфических особенностей. Применение комплекса маркетинга в региональном аспекте способствует наиболее эффективному достижению целей и задач регионального маркетинга, укрепление рыночной позиции региона и поддержание надлежащего уровня конкурентоспособности.	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. Комплекс регионального маркетинга включает в себя следующие группы маркетинговых инструментов: продукт (товар), цена, место, продвижение. 3. Региональный продукт (товар): совокупность ресурсов региона, социально-экономические характеристики региона и менеджмент территории; потребительская ценность, рыночный потенциал, уровень жизни, технологическая развитость, деловая активность. Региональная цена: затраты на инвестиционные проекты; затраты потребителей, основанные на проживании или ведении деятельности в конкретном регионе; затраты на приобретение регионального продукта; затраты на проживание в регионе. Место региона: развитость инфраструктуры, деловая активность, доступ к капиталу, развитие консалтинговых, рекламных и информационных услуг, логистика в регионе; размещение, локация, распределение регионального продукта. Продвижение региона предполагает информационный обмен между источником передачи информации о регионе или региональном продукте и ее адресатом, ускорение процесса доставки товара от производителя к потребителю, повышение степени узнаваемости региона.	
456	1. Основные этапы проведения маркетинговых исследований Определение целей исследования. Целью «EcoGlam» является оценить интерес потребителей к органической косметике и выявить ключевые характеристики, которые они ожидают от подобных продуктов (например, эффективность, цена, упаковка, натуральность компонентов). Сбор информации. Исследование существующих данных о рынке органической косметики через отчеты, исследования и статистические данные. Определение методов, таких как опросы и фокус-группы. Организация встреч с фокус-группами для обсуждения концепции органической косметики, запросов и ощущений по поводу предполагаемых продуктов. Участников просят оценить образцы косметики (например, крема и маски) и высказать свои мнения по поводу их качества, упаковки и цены.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Анализ собранной информации, сравнение мнений участников, выявление общих тем и значимых выводов. Применение статистических методов для обработки количественных данных из анкет и объединение качественных отзывов. На основе анализа данных «EcoGlam» сформирует рекомендации по улучшению продукта (например, лучший выбор ингредиентов и более удобная упаковка), определит целевую аудиторию и разработает стратегию выхода на рынок. Внедрение рекомендованных изменений в продукт и мониторинг реакции рынка после запуска. Оценка эффективности рекламы и методов продвижения через последующие опросы и анализ продаж. 2. Выводы. «EcoGlam» может значительно улучшить качество своей органической косметики, основываясь на предпочтениях и потребностях целевой аудитории, что в итоге должно привести к успеху на рынке. Гармоничное сочетание качественных и количественных методов исследований и активное взаимодействие с потребителями позволит компании создать конкурентоспособный и востребованный продукт	
457	Ответ: Б. Обоснование ответа: понимание того, как целевая аудитория воспринимает различные каналы продвижения, позволяет более эффективно планировать маркетинговые стратегии и повышать их эффективность.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
458	1. Этапы проведения маркетингового исследования потребителей: 1) Постановка цели и задач исследования: определение конкретных целей и задач исследования. 2) Разработка плана исследования: определение методов сбора данных, выборка респондентов, сроки проведения исследования и бюджет. 3) Сбор данных: непосредственный процесс сбора информации с использованием выбранных методов. 4) Анализ данных: обработка и интерпретация собранной информации для выявления значимых закономерностей и выводов.	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) Подготовка отчета и рекомендаций: подготовка итогового документа с результатами исследования и рекомендациями для дальнейшего использования. 2. Методы сбора данных на каждом этапе исследования: Постановка цели и задач исследования: интервью с руководством компании, анализ внутренних данных (продажи, жалобы, возвраты). Разработка плана исследования: анализ рынка и конкурентов, изучение успешных кейсов аналогичных компаний. Сбор данных: опросы клиентов (онлайн и оффлайн), фокус-группы, анализ открытых источников (социальные сети, форумы). Анализ данных: статистический анализ, кластерный анализ, регрессионный анализ, текстовая аналитика. Подготовка отчета и рекомендаций: презентация результатов руководству, обсуждение выводов и рекомендаций с командой. 3. Применение результатов исследования для разработки CRM-стратегии: демографические и поведенческие данных необходимы для разделения клиентов на группы с разными потребностями и предпочтениями, изучение персональных предпочтений поможет в разработке индивидуальных предложений и акций, соответствующих интересам и привычкам каждой группы клиентов, а также в выборе каналов и форматов общения, анализ активности потребителей и их ценности для компании поможет в создании программ поощрения для постоянных клиентов.	
459	Ответ: В Обоснование выбора: В. Определение целей и задач исследования является первоочередным, так как без четкого понимания целей и задач невозможно правильно организовать процесс исследования, выбрать методы сбора данных и интерпретировать результаты. Остальные варианты являются частью исследования, но они должны быть подчинены заранее определенным целям.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
460	1. Для определения целевой аудитории можно использовать методы сегментации рынка, такие как демографическая, психографическая	3 балла – полный правильный ответ;

	и поведенческая сегментация. Важно применить как количественные, так и качественные методы исследования. К количественным методам можно отнести анкетирование в онлайн-платформах, где теоретически можно охватить широкий круг респондентов и собрать данные о предпочтениях, предпочтительных функциях и ценовом диапазоне. К качественным методам можно отнести фокус-группы, где можно глубже понять мотивацию потребителей и их восприятие продукта в реальном времени. Также рекомендуется провести конкурентный анализ, чтобы понять, какие технологии и функции уже существуют на рынке, и какие из них являются самыми привлекательными для потребителей. 2. Факторы: уровень осведомленности о товаре, интерес к новым функциями и готовность потребителей платить за них. Важным фактором является также конкурентное окружение – если на рынке уже представлены сильные бренды с аналогичными функциями, это может снизить ожидаемый спрос. Кроме того, следует учитывать макроэкономические факторы, такие как уровень доходов потребителей и экономическая ситуация в стране. Также важным аспектом является маркетинговая стратегия: продвижение, рекламные кампании и участие в выставках и презентациях помогут повысить интерес в целевой аудитории. Все эти элементы помогут создать более полное представление о вероятности успешного запуска нового продукта на рынок.	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
461	1. Среди ключевых причин можно выделить усиление конкуренции, появление новых компаний с более агрессивной ценовой политикой и инновационными продуктами. Также, возможно, имеет место недостаточная эффективность маркетинговых мероприятий и устаревшая линейка продукции, не отвечающая современным требованиям рынка. Причиной могут быть и проблемы в системе дистрибуции, приводящие к ограниченной доступности продукции для конечных потребителей. 2. Для восстановления позиций компании необходимо разработать комплексную стратегию. Во-первых, провести анализ конкурентов и адаптировать ценовую политику. Во-вторых, инвестировать в разработку новых продуктов с улучшенными характеристиками и экологичностью. В-третьих, усилить маркетинговую активность, используя современные	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	digital-инструменты и таргетированную рекламу. И, наконец, оптимизировать логистику и расширить сеть дистрибуции для повышения доступности продукции. Внедрение этих мер позволит «СтройМастер» вернуть утраченные позиции и обеспечить стабильный рост продаж в будущем.	
462	1. Для стабилизации цен на мебельную продукцию и предотвращения недовольства покупателей необходимо внедрить комплекс мер, охватывающий различные аспекты производства и сбыта. Прежде всего, следует оптимизировать производственные процессы, что позволит снизить себестоимость продукции. Этого можно достичь за счет внедрения современных технологий, автоматизации производства и повышения квалификации персонала. Важно наладить прямые контакты с поставщиками сырья и материалов, чтобы минимизировать посреднические издержки и обеспечить стабильные цены на комплектующие. Следует также уделить внимание логистике и оптимизации транспортных расходов, что позволит снизить конечную стоимость продукции. Кроме того, необходимо проводить мониторинг рыночной ситуации и цен конкурентов, чтобы оперативно реагировать на изменения и предлагать покупателям конкурентоспособные цены. Важным элементом является эффективная маркетинговая политика, направленная на информирование покупателей о преимуществах продукции и акциях, позволяющих приобрести мебель по более выгодной цене. Прозрачная ценовая политика и честное информирование покупателей о факторах, влияющих на цену, помогут укрепить доверие и избежать жалоб. 2. Анализ ценовой политики мебельной компании включает несколько ключевых этапов. Первоначально необходимо провести исследование рынка для определения текущих цен конкурентов и потребительского спроса. Затем следует оценить собственные затраты на производство и логистику, чтобы установить минимально допустимую цену. Важным этапом является сегментация клиентов и определение их ценовой чувствительности. На основе этих данных необходимо	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

	разработать различные ценовые стратегии, учитывающие цели компании и особенности рынка. 3. Для повышения конкурентоспособности и стабилизации прибыли рекомендуется внедрение гибкой системы ценообразования, позволяющей оперативно реагировать на изменения рынка. Необходимо также оптимизировать затраты, не снижая при этом качество продукции. Разработка программ лояльности для удержания клиентов и привлечения новых покупателей может существенно повлиять на стабильность прибыли. Важно также акцентировать внимание на уникальных преимуществах продукции, чтобы оправдать более высокую цену, если она таковой является.	
463	1. Возможные причины низкой конверсии: - несоответствие креатива целевой аудитории (реклама могла не учитывать потребности ЦА (например, акцент на ценах вместо уникальных программ тренировок); - ошибки в таргетинге (аудитория слишком широкая (охват 150 000), но без сегментации по интересам (например, люди, не занимающиеся спортом)). 2. Действия: Переработать креативы, сделав акцент на УТП: «Персональные программы с тренером + бесплатная консультация нутрициолога». Сузить таргетинг: выбрать аудиторию с интересами «здоровое питание», «фитнес», «спортивная одежда» и геолокацией в радиусе 5 км от клубов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
464	1. Основные функции рекламного менеджмента: - планирование (определение целей кампании и разработка стратегии); - организация (выбор каналов продвижения и распределение бюджета); - контроль (мониторинг эффективности кампании и корректировка стратегии); - мотивация (стимулирование команды для достижения 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

	2. Медиаплан для онлайн-рекламы: Форматы: таргетированная реклама в социальных сетях, контекстная реклама на тематических сайтах (онлайн-реклама позволяет точно таргетировать целевую аудиторию и быстро корректировать стратегию на основе результатов). Каналы: Telegramm, ВК. Бюджет: 30% от общего бюджета кампании. Прогноз результатов: увеличение узнаваемости бренда на 20% и привлечение 50 новых клиентов. 3. Рекомендации по контролю эффективности и корректировке стратегии: KPI: отслеживать CTR, CR и ROI для оценки эффективности кампании. Корректировка: если KPI не соответствуют ожиданиям, пересмотреть таргетинг и перераспределить бюджет между каналами. SMART-цели: использовать конкретные, измеримые, достижимые, актуальные и ограниченные по времени цели для оценки успеха кампании.	
465	34125	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
466	Ответ: Б Обоснование выбора: Пресс-релизы являются ключевым инструментом PR, так как они помогают донести важную информацию о компании до широкой аудитории, включая СМИ, потенциальных клиентов и партнеров. Это помогает формировать и поддерживать позитивный образ компании в условиях конкурентного рынка.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
467	1. Для запуска пресс-кампании следует: - подготовить и разослать пресс-релизы в ключевые СМИ и отраслевые издания, освещающие запуск нового провайдера и его преимущества. - организовать пресс-мероприятие для журналистов и блогеров, на котором можно продемонстрировать услуги и технологии. 2. Маркетинг в социальных сетях и контент-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;

	- создать и вести страницы в социальных сетях для взаимодействия с аудиторией. - проводить регулярные акции и конкурсы, чтобы привлечь внимание и повысить вовлеченность. - публиковать отзывы первых клиентов и успешные кейсы.	0 баллов – остальные случаи
468	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Выбор стратегии сегментации является наиболее эффективным подходом в ситуациях, когда продукт имеет уникальные характеристики и может удовлетворять потребности различных групп пользователей. В данном случае, фитнес-браслет предназначен для разных сегментов рынка	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
469	Ответ: ВГ Обоснование выбора: В. Современные рекламные системы сталкиваются с проблемой снижения эффективности традиционных методов из-за фрагментации аудитории. Эффективная таргетированная реклама требует персонализации, достигаемой алгоритмами машинного обучения, которые анализируют данные и оптимизируют показ рекламы. Г. Одновременно, усиление регулирования конфиденциальности обязывает к прозрачности и соблюдению прав пользователей, что критически важно для поддержания доверия и предотвращения юридических рисков.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
470	Ответ: АБ Обоснование выбора: А. Стратегия 70/20/10 — это эффективный подход к распределению бюджета, который позволяет обеспечить стабильный конверсионный трафик, развивать кампанию и минимизировать риски за счет выделения средств на эксперименты и тестирование новых гипотез. Б. Медиапланирование – это комплексный подход, который включает в себя определение каналов коммуникации, сроков и условий таргетинга, а также распределение бюджета. Это позволяет систематизировать работу над продвижением и повысить эффективность маркетинговых усилий.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

471	БГ Обоснование выбора: Б. Таргетированная реклама позволяет эффективно достигать целевую аудиторию, заинтересованную в премиальных товарах и услугах. Это обеспечивает более высокую конверсию и, как следствие, рентабельность инвестиций. Г. Организация эксклюзивных мероприятий и партнерство с другими премиальными брендами позволяет создать уникальный клиентский опыт и укрепить лояльность целевой аудитории, что положительно сказывается на долгосрочной рентабельности маркетинговых инвестиций.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
472	1. Расчет отклонений 1.1. Отклонение по объему продаж: Фактический объем - Плановый объем = 120 000 единиц - 100 000 единиц = 20 000 единиц. 1.2. Отклонение по средней цене: Фактическая цена - Плановая цена = 22 доллара США - 20 долларов США = 2 доллара США. 1.3. Отклонение по маркетинговым расходам: Фактические расходы - Плановые расходы = 60 000 долларов США - 50 000 долларов США = 10 000 долларов США. 2. Оценка эффективности маркетинговой кампании Доля рынка компании увеличилась с 8,33% (100 000/1 200 000) до 10% (120 000/1 200 000), что соответствует цели. 3. Рекомендации: 3.1. Уточнить целевую аудиторию: успех кампании в социальных сетях и партнерстве с местными магазинами говорит о том, что целевая аудитория правильно определена. Однако стоит продолжить анализ поведения потребителей для более точного нацеливания. 3.2. Оптимизировать маркетинговые каналы: поскольку фактические расходы превысили плановые, стоит проанализировать эффективность каждого маркетингового канала и оптимизировать их использование для снижения затрат.	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

	3.3. Мониторинг конкуренции: увеличение доли рынка может быть связано с изменениями на рынке. Следует постоянно отслеживать стратегии конкурентов и корректировать свою стратегию соответственно.	
473	1. Ключевые показатели: - количество упоминаний в СМИ. - количество публикаций в социальных сетях. - увеличение трафика на сайт. - количество новых подписчиков в социальных сетях. - увеличение продаж. 2. Распределение работы и выделение ресурсов. 1). PR-менеджер (ответственный за стратегию и координацию). 2). Специалист по контенту (разработка контента для соцсетей и пресс-релизов). 3). SMM-менеджер (управление социальными сетями и взаимодействие с аудиторией). 4). Аналитик (мониторинг показателей эффективности). 3. Использование инфлюенс-маркетинга для PR-кампании, направленной на повышение осведомленности об экологически чистых товарах и установление позитивного имиджа компании, является целесообразным. Потребители часто больше доверяют мнению лидеров мнений, особенно тех, за которыми они давно следят и чьи ценности разделяют, чем прямой рекламе от компании. Инфлюенсеры могут создавать контент, который выглядит более органичным и менее навязчивым, чем традиционные рекламные объявления. Это помогает донести сообщение об экологически чистых товарах в более естественной форме. Они могут показывать, как экологически чистые товары используются в повседневной жизни, что делает их более привлекательными и понятными для 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
474	А5Б2В3Г4Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
475	1. Для компании, работающей в сфере искусственного интеллекта (ИИ), ключевыми показателями эффективности могут стать:	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	- Рост выручки от новых продуктов: этот показатель отражает, насколько успешно компания внедряет новые продукты и решения, что особенно важно в быстро развивающейся сфере ИИ. - Коэффициент удержания клиентов: для компании, чья деятельность основана на инновациях, сохранение и расширение клиентской базы является критичным. Этот показатель покажет, насколько эффективно компания удерживает своих клиентов. - Удельные затраты на разработку: в контексте ИИ затраты на разработку и внедрение новых решений могут быть высокими. Этот показатель поможет оценить, насколько эффективно компания управляет своими ресурсами. - Скорость внедрения новых технологий: в сфере ИИ скорость внедрения новых технологий напрямую влияет на конкурентоспособность компании. Этот показатель оценивает, насколько быстро компания способна внедрять инновации. - Уровень удовлетворенности клиентов: оценка удовлетворенности клиентов поможет понять, насколько предлагаемые решения соответствуют их ожиданиям и потребностям. 2. Методы распределения работы и ресурсов для повышения эффективности реализации стратегии - Портфельный подход. - Метод Agile. - Финансовое планирование и бюджетирование. - Ресурсное планирование. - Инвестиционный анализ. 3. Методы и инструменты прогнозирования для повышения точности планирования - Сценарный анализ: создание нескольких сценариев развития событий (например, оптимистичный, реалистичный и пессимистичный) поможет подготовиться к разным возможным ситуациям. - Прогнозирование на основе данных: использование больших данных и машинного обучения для прогнозирования рыночных изменений и поведения клиентов.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- Тренд-анализ: изучение текущих и исторических трендов в индустрии ИИ для прогнозирования будущих изменений. - Методы экспертных оценок: консультации с ведущими экспертами в области ИИ для получения более глубоких и точных прогнозов. - Эконометрическое моделирование: использование статистических моделей для прогнозирования на основе экономических и рыночных данных.	
476	1. Цели продвижения по SMART: - увеличить узнаваемость бренда на 30% среди офисных сотрудников Москвы за 2 месяца (измерение через опросы и упоминания в соцсетях); - обеспечить 1000 первых заказов с конверсией из рекламы не менее 8% (KPI: заказы/переходы на сайт). Сегменты ЦА: Сегмент 1: менеджеры среднего звена (30–40 лет). Особенности: заняты, готовы платить за удобство, ищут сбалансированное питание без фастфуда. Сегмент 2: молодые специалисты (25–30 лет). Особенности: активны в соцсетях, чувствительны к акциям, предпочитают «модные» ЗОЖ-тренды. 2. Каналы продвижения: - Telegramm: основная аудитория активна в соцсетях; можно использовать таргетинг по геолокации (офисные районы) и интересам (ЗОЖ, фитнес). - Контекстная реклама (Яндекс.Директ): перехват запросов «доставка здорового питания Москва», «обед в офис». - Коллаборации с фитнес-блогерами: рекомендации от лидеров мнений повышают доверие у ЦА (например, обзоры рационов от популярных нутрициологов). 3. KPI для измерения успешности кампании: - CTR рекламных объявлений (цель — 2%). - Конверсия сайта в заказ (цель — 8%).	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

	- ROMI кампании (цель — 120%).	
477	А2Б3В4Г5Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
478	1. Ключевые показатели эффективности (KPI): Для «LearnNow» на этапе активного роста и масштабирования, рекомендуется сфокусироваться на следующих KPI: 1.1. CAC (Customer Acquisition Cost) – Стоимость привлечения клиента. Обоснование: Этот KPI показывает, сколько компания тратит на привлечение одного нового клиента. На этапе масштабирования крайне важно контролировать затраты на привлечение клиентов, чтобы обеспечить устойчивый рост и рентабельность. Информация: CAC предоставляет информацию о том, какие маркетинговые каналы наиболее эффективны с точки зрения затрат. Он позволяет выявить наиболее дорогие и наименее эффективные каналы, чтобы оптимизировать маркетинговый бюджет. Управленческие решения: - оптимизация маркетингового бюджета: перераспределение средств в пользу наиболее эффективных каналов; - улучшение таргетинга: более точное определение целевой аудитории для снижения затрат на привлечение нецелевых клиентов; - повышение конверсии: улучшение посадочных страниц и рекламных объявлений для увеличения числа клиентов, привлекаемых через каждый канал. 1.2. LTV (Lifetime Value) – Пожизненная ценность клиента. Обоснование: LTV показывает, сколько прибыли компания ожидает получить от одного клиента за все время его взаимодействия с платформой. Этот KPI важен для оценки долгосрочной рентабельности инвестиций в маркетинг. Информация: LTV позволяет оценить, насколько ценны привлеченные клиенты для компании в долгосрочной перспективе. Он помогает понять, какие сегменты клиентов наиболее прибыльны и требуют особого внимания.	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

	Управленческие решения: - разработка программ лояльности: удержание клиентов и увеличение продолжительности их взаимодействия с платформой; - персонализация обучения: предложение клиентам курсов и материалов, соответствующих их потребностям, для повышения удовлетворенности и удержания; - увеличение среднего чека: стимулирование клиентов к приобретению дополнительных курсов и услуг.	
479	1. Для оценки успеха PR-кампании экологически чистых продуктов питания следует предложить следующие ключевые показатели эффективности: узнаваемость бренда, восприятие бренда, вовлеченность аудитории, охват аудитории, лидогенерация и изменение объема продаж. 2. Методы отслеживания показателей: 1) Узнаваемость бренда. Количество упоминаний бренда в СМИ (средствах массовой информации) и социальных сетях: мониторинг специализированными сервисами (например, Brand Analytics, YouScan, Google Alerts) и ручной анализ публикаций. Важно учитывать тональность упоминаний (позитивная, негативная, нейтральная). Опросы целевой аудитории: Проведение онлайн-опросов и телефонных интервью до и после кампании для оценки изменения узнаваемости бренда. Анализ поисковых запросов: Отслеживание динамики запросов, связанных с брендом и продуктами компании, через Google Trends и другие инструменты анализа ключевых слов. 2) Восприятие бренда. Анализ тональности публикаций: оценка тональности упоминаний бренда в СМИ и социальных сетях (позитивная, негативная, нейтральная). Анализ комментариев и отзывов. Социальные настроения: использование инструментов для автоматизированного анализа тональности публикаций и комментариев в социальных сетях.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Фокус-группы: проведение фокус-групп для выявления отношения целевой аудитории к бренду и продуктам компании. 3) Вовлеченность аудитории. Показатели социальных сетей: количество лайков, репостов, комментариев, сохранений, переходов по ссылкам в социальных сетях. Посещаемость сайта и блога: анализ трафика, времени, проведенного на сайте, просмотров страниц. Участие в мероприятиях: количество участников, отзывы, упоминания в социальных сетях. 4) Охват аудитории. Количество просмотров публикаций в СМИ и социальных сетях: мониторинг охвата публикаций на различных платформах. Охват аудитории в социальных сетях: анализ аудитории, видевшей контент бренда в социальных сетях. Оценка охвата аудитории через участие в мероприятиях: примерное количество людей, посетивших мероприятия, организованные компанией. 5) Лидогенерация и продажи. Количество запросов на продукцию/услуги: подсчет количества обращений в компанию после запуска PR-кампании (звонки, письма, заявки на сайте). Увеличение продаж: сравнение показателей продаж до и после кампании. Количество переходов на сайт из PR-публикаций: отслеживание переходов по ссылкам из статей, новостей и социальных сетей.	
480	1. Для PR-кампании «Вкус природы» следует рекомендовать следующие каналы продвижения: 1) Социальные сети (Вконтакте, Одноклассники, Telegram, Tik Tok). Обоснование: целевая аудитория компании активно использует социальные сети для поиска информации о продуктах питания, рецептов, здорового образа жизни и экологических инициатив. Социальные сети отлично подходят для визуального контента (фото и видео с ферм, производства, приготовления блюд), для информационных постов, новостей, акций и общения с аудиторией, для создания обучающих видео о	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	пользе органических продуктов, мастер-классов по приготовлению блюд и видео-экскурсий по производству. 2) Сотрудничество с блогерами и лидерами мнений (ЗОЖ, экология, кулинария). Обоснование: блогеры и лидеры мнений имеют доверие целевой аудитории и могут эффективно доносить ценности бренда «Вкус природы» до широкой публики. Они могут создавать обзоры продукции, делиться рецептами, участвовать в мероприятиях компании, проводить конкурсы и розыгрыши, что значительно повысит узнаваемость бренда и уровень доверия к нему. 3) Участие в тематических выставках и мероприятиях (эко-ярмарки, фестивали здорового питания). Обоснование: участие в выставках и мероприятиях позволяет непосредственно взаимодействовать с целевой аудиторией, представлять продукцию, рассказывать о компании, проводить дегустации и собирать обратную связь. Это также отличная возможность для установления контактов с другими игроками рынка, партнерами и СМИ.	
481	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Социальные сети: выбор этого канала является наиболее подходящим, так как он позволяет эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией, которая гораздо активнее использует цифровые платформы. Кроме того, обратная связь и взаимодействие (лайки, комментарии, репосты) могут значительно повышать уровень вовлеченности.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
482	1. Каналы продвижения: - Интернет-маркетинг: Использование контекстной рекламы, SEO, SMM и email-маркетинга для привлечения внимания к продукции. - Участие в выставках и конференциях: Участие в отраслевых мероприятиях для установления деловых контактов и демонстрации продукции. - PR и контент-маркетинг: Публикация статей и пресс-релизов в профильных изданиях, ведение блога и создание кейсов для демонстрации экспертизы 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

	2. Показатели эффективности: - Конверсия: процент посетителей сайта, совершивших покупку или оставив запрос. - Стоимость привлечения клиента (CAC): затраты на привлечение одного клиента. - Лояльность клиентов: процент повторных покупок и рекомендаций. - Доход на клиента (LTV): суммарный доход, полученный от одного клиента за все время сотрудничества. - Возврат на инвестиции (ROI): соотношение затрат на рекламу и полученного дохода. 3. Действия при неудовлетворительных показателях: - анализ причин (проведение анализа причин неудовлетворительных результатов и выявление слабых мест в стратегии). - корректировка стратегии (внесение изменений в стратегию продвижения, например, изменение каналов продвижения или перераспределение бюджета). - тестирование новых подходов (проведение экспериментов с новыми каналами продвижения или форматами рекламы для поиска более эффективных решений).	
483	А5Б4В3Г2Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
484	Ответ: В Обоснование выбора: В. Позволяет изучить глубинные мотивы и эмоциональные реакции. Возможность качественного анализа. Оценка именно креативов	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
485	Ответ: Д Обоснование выбора: Д. Глубокое исследование поведения потребителей позволит выявить актуальные потребности и желания целевой аудитории. Это будет способствовать разработке продуктов и услуг, которые лучше отвечают запросам клиентов. Метод анкетирования и фокус-группы дает возможность получить конкретные данные, которые можно использовать	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	для формирования стратегий в области маркетинга и менеджмента, что будет способствовать повышению конкурентоспособности предприятия.	
486	Ответ: АД Обоснование выбора: А. Анализ конкурентов является важным элементом маркетинговой стратегии. Он позволяет выявить, какие предложения уже есть на рынке, каковы их сильные и слабые стороны, а также оценить конкуренцию. Г. Контент-маркетинг способствует созданию доверия к вашему продукту. Представление информации о преимуществах оборудования, его характеристиках и успешных кейсах использования делает продукт более привлекательным и повышает вероятность покупки. Это также помогает установить связь с целевой аудиторией и демонстрирует экспертизу компании**.**	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
487	А2Б1В4Г3Д5	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
488	1. Предприятие изначально планировало выпуск 50000 единиц продукции А с полными затратами 210000 руб. и рентабельностью 20%. Это означает, что планируемая прибыль составляла 42000 руб. 210000 х 0,20=42000 руб. Выполним расчет общей стоимости продукции: 210000 + 42000 =252000 руб. Рассчитаем цену реализации единицы продукции: 252000 : 50000 = 5,04 руб. Таким образом, обоснованная цена реализации единицы продукции А составляет 5,04 руб./шт., что обеспечивает рентабельность производства на уровне 20% к полным затратам. 2. При увеличении выпуска до 55000 единиц и полных затратах 250000 руб., для сохранения рентабельности в 20% необходимо получить прибыль в размере 50000 руб. 250000 х 0,20=50000 руб. Общая выручка должна составить 300000 руб. 250000 + 50000=300000 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

	Следовательно, цена реализации одной единицы продукции должна быть 5,45 руб. 300000 : 55000=5,45 руб. 3. Таким образом, предприятие не сможет сохранить рентабельность 20% при увеличении выпуска и затрат, если не увеличит цену реализации продукции. Выход из положения – повышение цены единицы продукции до 5,45 руб., оптимизация производственных процессов для снижения себестоимости, либо поиск новых рынков сбыта.	
489	Ответ: БД Обоснование выбора: Б. Позволяет анализировать поведение пользователей на сайте, выявлять популярные категории товаров и источники трафика. Технический метод, обеспечивающий количественные данные для оптимизации digital-стратегии. Д. Технико-экономический метод для определения минимального объема продаж, обеспечивающего рентабельность. Учитывает постоянные/переменные издержки и ценовую политику.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
490	1. ФЗ № 38 «О рекламе»; Закон РФ № 2300-1 «О защите прав потребителей»; № 152-ФЗ «О персональных данных»; Рекламу на радио и телевидении регулирует статья 14 Федерального закона «О рекламе»; Реклама в социальных сетях также подчиняется общим правилам рекламы, однако здесь существуют дополнительные нюансы (например, важно учитывать возрастные ограничения аудитории, маркировку рекламных постов и соблюдение правил платформ, где будет размещена реклама). Нарушение требований законодательства о рекламе влечет административную ответственность согласно Кодексу Российской Федерации об административных правонарушениях (КоАП РФ). 2. Штрафы; аннулирование рекламной кампании; судебные риски; репутационные риски. 3. Ключевые моменты: Получение согласия: Компания обязана получить явное согласие клиента на обработку его 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

	Целевое использование: Данные могут использоваться только для заявленных целей. Безопасность данных: Должны быть приняты меры для предотвращения утечек и несанкционированного доступа. Нарушение этих норм грозит серьезными санкциями, вплоть до приостановления деятельности компании.	
491	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Комплексно оценивает цены конкурентов, себестоимость и рыночную ситуацию. Учитывает цены основных конкурентов. Анализирует себестоимость производства. Оценивает платежеспособность ЦА. Позволяет выбрать метод ценообразования	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
492	1. Создание образовательного контента, включая статьи, видео и кейс-стади, чтобы продемонстрировать экспертизу компании и установить доверие к продукции. Участие в выставках и конференциях, что позволит компании не только представить новое оборудование, но и установить личные контакты с потенциальными клиентами и партнерами 2.·Прямые затраты: стоимость материалов, затраты на сборку, зарплата рабочим. Непрямые затраты: амортизация оборудования, аренда производственного помещения, коммунальные услуги. Маркетинговые затраты: расходы на продвижение и рекламу нового продукта. Прибыль: запланированная прибыль, которая должна быть добавлена к себестоимости.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
493	1. Наиболее эффективной в данном случае будет стратегия гибкого ценообразования. 2. Она оказывает решающее влияние на уровень спроса и продаж, тем самым влияя на объем получаемой прибыли и эффективность функционирования всей производственно-сбытовой системы, позволяет логистическому предприятию эффективно конкурировать на рынке, предлагая привлекательные цены для различных сегментов клиентов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
494	1. Установление маркетинговой стратегии агрессивных цен для предприятия А даже на уровне 2 000 руб. за единицу продукции позволит выиграть от захвата части рынка других организаций и быстрее приобрести	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	свой рынок. Увеличение продаж приведет к снижению затрат на единицу продукции и будет стимулировать большее число покупателей, давая возможность организации А использовать экономию на росте масштабов производства, в результате общий объем прибыли увеличится. 2. Применение стратегии агрессивных цен для других предприятий будет разорительной, и они возможно покинут рынок, поэтому число конкурентов для организации А сократится. 3. Организации Б, В, Г могут ответить симметричным или даже более агрессивным снижением цен, что приведёт к ценовой войне, так как защита своей доли рынка и клиентской базы становится приоритетом. Однако им нецелесообразно начинать ценовую войну, находясь в невыгодном положении относительно затрат организации А.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
495	Ответ: АБВГ Обоснование выбора: А. Гарантирует, что компания покроет все расходы и получит минимальную прибыль. Б. Анализ цен конкурентов поможет определить оптимальную цену, которая позволит компании быть конкурентоспособной на рынке. В. Если спрос на новый смартфон высок, можно повысить цену для максимизации прибыли. Если же спрос снижается, можно снизить цену, чтобы стимулировать продажи. Г. Обеспечивает гибкость и позволяет быстро адаптироваться к меняющимся рыночным условиям.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
496	1. 1) Затратный метод: Себестоимость одной колонки = 1500 + 500 + 200 = 2200 руб. Цена с учетом маржи = 2200 + (2200*0,3) =2200*660 = 2860 руб. 2) Метод ориентации на спрос: Учитывая эластичность спроса, и среднюю цену аналогичного товара на рынке, компания может установить цену ближе к нижней границе этого диапазона, чтобы привлечь больше покупателей: Цена = 4000 руб. 3) Конкурентный метод: чтобы оставаться конкурентоспособными, компания может предложить свою продукцию по средней цене диапазона конкурентов: Цена = 5000 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

	4) Целевой метод: для достижения цели в 1 000 000 руб. прибыли при продаже 3 000 единиц товара, необходимо рассчитать минимальную цену продажи: Прибыль на единицу = 1 000 000/3000 = 333,33 руб. Добавляем эту сумму к себестоимости: Цена = 2200 + 333,33 = 2533,33 руб. 5) Психологический метод: Учитывая психологию потребителей, компания может выбрать цену, заканчивающуюся на 99, например: Цена = 2499 руб. 2. Обоснование: Затратный метод предлагает цену 2860 руб., что несколько ниже конкурентных предложений. Ориентация на спрос и конкурентный метод указывают на диапазон 4000–5000 руб. Целевой метод требует минимальной цены 2533 руб., что также ниже рыночных ожиданий. Психологический метод рекомендует цену 2499 руб., что делает предложение привлекательным для покупателей. 3. Рассмотрев все методы, можно сделать следующий вывод: Оптимальным решением будет установка цены в пределах 4000–5000 руб., учитывая рыночную ситуацию и желание компании занять средний ценовой сегмент. Рекомендуется остановиться на цене 4499 руб., что соответствует психологической привлекательности и находится близко к среднерыночной цене.	
497	1. Этапы: - Определение проблемы: на этом этапе формулируется проблема, которую необходимо решить. - Разработка плана исследования: устанавливаются методы сбора данных (например, опросы, интервью), а также определяются целевые группы. - Сбор данных: применение методов сбора информации, как первичных, так и вторичных источников. - Анализ и интерпретация данных: обработка собранной информации, выявление паттернов и формирование выводов.	

	- Подготовка отчета: составление итогового отчета с рекомендациями. 2. Анализ социальных медиа. Изучение активностей конкурентов на платформах вроде VK, ТГ поможет понять, какие сообщения и стратегии работают лучше всего. Это поможет выявить успешные тактики и адаптировать свои подходы. Опрос целевой аудитории: выявление предпочтений клиентов и их отношений к продукции конкурентов. Сравнительный конкурентный анализ: построение конкурентной карты по ряду показателей используя экспертные опросы, наблюдение и вторичные источники информации. 3. При разработке стратегии для нового продукта необходимо ориентироваться на результаты маркетинговых исследований. Поэтому целесообразно провести маркетинговые исследования, сделать анализ информации и подготовить отчетность.	
498	1. Для проведения комплексного маркетингового исследования компания может использовать следующие источники информации: Первичные источники (информация, собранная специально для данного исследования): опросы клиентов, как существующих, так и потенциальных; интервью с ключевыми клиентами и экспертами отрасли (для получения информации об ожиданиях клиентов и тенденциях отрасли); фокус-группы с представителями целевой аудитории (для обсуждения их потребностей, проблем и восприятия новой модели); наблюдения за работой насосов в реальных условиях (для оценки их производительности и эффективности); наблюдения за поведением клиентов при выборе и покупке насосов; эксперименты (тестирование прототипа насоса в реальных условиях эксплуатации; сравнение новой модели с конкурентами по ключевым параметрам). Вторичные источники (информация, уже существующая и доступная): отраслевые отчеты и исследования: анализ рынка промышленных насосов (объем рынка, темпы роста, тенденции); обзоры конкурентов (их сильные и слабые стороны, доли рынка, стратегии); статистические данные: данные о промышленном производстве и инвестициях в различные отрасли, данные о потреблении энергии и	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	ресурсоэффективности. Интернет-ресурсы: сайты конкурентов (для анализа их продукции и маркетинговых стратегий), онлайн-форумы и социальные сети (для выявления потребностей и проблем клиентов). Профессиональные базы данных (для поиска информации о компаниях и рынках). Внутренние данные компании: отчеты о продажах и маркетинговых кампаниях, данные о затратах на производство и обслуживание насосов, отзывы клиентов и обращения в службу поддержки. 3. Целевая аудитория для новой модели насоса, отличающейся высокой энергоэффективностью и современными функциями управления, может включать: промышленные предприятия: предприятия, использующие насосы в производственных процессах (химическая, нефтегазовая, пищевая, целлюлозно-бумажная промышленность и др.); предприятия, стремящиеся к снижению энергопотребления и повышению эффективности производства; предприятия, нуждающиеся в надежных и долговечных насосах с минимальными затратами на обслуживание; инжиниринговые компании и проектные институты (компании, занимающиеся проектированием и строительством промышленных объектов); компании, разрабатывающие решения по энергосбережению и повышению эффективности; муниципальные предприятия и коммунальные службы (водоканалы и предприятия, занимающиеся очисткой сточных вод); тепловые сети и предприятия, обеспечивающие отопление и горячее водоснабжение; сельскохозяйственные предприятия (предприятия, занимающиеся орошением и водоснабжением сельскохозяйственных угодий).	
499	Ответ: Б Обоснование выбора: Б. Метод позволяет установить минимальную стоимость продукции, при этом верхний предел цены зависит от качества товара. Этот метод помогает компаниям сбалансировать объёмы производства, конечные цены и производственные издержки, особенно при наличии неиспользуемых производственных мощностей.	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
500	1. Механизм формирования розничной цены на токарные станки:	3 балла – полный правильный ответ;

	- общие затраты на производство 5 станков: 550 000 + 230 000 + 120 000 = 900 000 рублей. - расчёт себестоимости одного станка: 900 000: 5 = 180 000 руб. -расчёт желаемой прибыли на один станок: 180 000 х 0,20 = 36 000 руб. - расчёт розничной цены одного станка: 180 000 + 36 000 = 216 000 руб. 2. Для достижения рентабельности в 25% к полным затратам, общая прибыль должна составить 225000 руб. 900 000 х 0,25=225 000 руб. Соответственно, общая выручка должна составить 1 125 000 рублей: 225 000 + 900 000=1 125 000 руб. -цена одного станка – 225 000 руб. 1 125 000: 5=225 000 руб. Таким образом, цену каждого станка необходимо увеличить на 9 000 руб. 225 000 - 216 000 = 9 000 руб. 3. Для поддержания спроса и обоснования повышения цены необходимо предпринять следующие маркетинговые шаги: подчеркнуть уникальные характеристики станков, улучшить сервисное обслуживание, предложить гибкие условия оплаты или лизинга, акцентировать внимание на повышении эффективности производства у клиентов благодаря использованию станков, расширить каналы сбыта и провести рекламную кампанию, нацеленную на целевую аудиторию.	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
501	1. Средняя цена продаж смартфона Х: Март 2105000/500=4210 руб. Апрель 2736500/650=4210 руб. Май 3368000/800=4210 руб. Общий объем продаж 500+650+800=1950 шт. Процентное изменение объема продаж Март-Апрель: ((650-500)/500) *100%=30% Апрель-Май: ((800-650)/650) *100%=23,08%	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	2. Выводы и рекомендации: - Тенденция продаж показывает стабильный рост: 30% увеличения от марта к апрелю и 23.08% от апреля к маю. Рекомендации: - Увеличить рекламную активность в социальных сетях. - Запустить акционные предложения или скидки на модель X, т.к. процентное изменение объема продаж снижается. - Изучить отзывы пользователей для улучшения продукта	
502	1. Рассчитаем ожидаемую прибыль от продажи продуктов А и Б: Продукт А: Прибыль = (300 – 150) * 10 000 = 1,5 млн руб./год. Продукт Б: Прибыль после модернизации = 5млн*1,15= 5,75 млн руб./год. Чистая прибыль за первый год = 5,75 – 2 = 3,75 млн руб. Продукт А связан с рисками нестабильного спроса и зависимостью от сезонности. Продукт Б укрепляет рыночные позиции компании, но требует временных затрат на обучение персонала. Таким образом, целесообразно выбрать модернизацию продукта Б, так как она обеспечивает большую прибыль в краткосрочной перспективе и снижает риски за счет работы с проверенной аудиторией. 2. Рекомендации для минимизации рисков: Провести пилотный запуск продукта А в ограниченном объеме. Внедрить программу обучения сотрудников параллельно с модернизацией. 3. Альтернатива: рассмотреть гибридную стратегию – использовать часть прибыли от продукта Б для поэтапного внедрения продукта А, после анализа рыночного спроса.	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
503	21435	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
504	А3Б1В2Г5Д4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
505	Ответ: Б Обоснование выбора:	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	Б. Метод «Тайный покупатель» предполагает использование специально подготовленных агентов для совершения покупок и оценки уровня обслуживания. Преимуществом метода является возможность получения независимой оценки качества, повышение мотивации персонала к улучшению обслуживания клиентов, идентификация проблемных зон в организации, повышение узнаваемости бренда и улучшение репутации компании.	
506	Ответ: В Обоснование выбора: В. Социальные сети и онлайн-платформы позволяют таргетировать рекламу на конкретную аудиторию и отслеживать результаты в реальном времени, что критически важно при ограниченном бюджете.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
507	1. Изменения в макроэкономической среде могут значительно влиять на поведение потребителей. Например, высокий уровень инфляции снижает покупательскую способность граждан, что приводит к сокращению потребительских расходов. В условиях инфляции многие люди начинают отдавать предпочтение более доступным товарам и услугам, что может вызвать рост спроса на бюджетные марки и скидочные предложения. С другой стороны, при экономическом росте и низком уровне безработицы, потребители, как правило, больше тратят, так как у них увеличивается уверенность в будущем и располагаемый доход. Например, в период экономического процветания часто наблюдается рост спроса на роскошные товары и услуги. Эти изменения необходимо учитывать при формировании стратегии маркетинговых коммуникаций. 2. При запуске нового продукта, такого как кофейня, можно столкнуться с несколькими рыночными рисками: Конкуренция: В вашем городе может быть уже много кофеин, предоставляющих аналогичные услуги. Для минимизации этого риска необходимо провести конкурентный анализ и выявить уникальные торговые предложения (УТП), которые выделят вашу кофейню на фоне остальных.	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

	Изменение предпочтений потребителей: Потребительские вкусы могут меняться, что повлияет на спрос. Рекомендуется проводить регулярные опросы и анализировать отзывы клиентов для адаптации предложения к новым трендам. Экономическая нестабильность. В условиях кризиса люди могут сократить расходы на различные услуги, включая кофе. Разработка гибкой ценовой политики и акций может помочь привлечь клиентов в сложные времена. 3. Факторы, влияющие на поведение потребителей при выборе быстрых перекусов, могут включать: удобство и доступность: Потребители стремятся к быстрой и удобной пище. Например, готовые блюда, которые можно взять на вынос или быстро разогреть, становятся популярными среди занятых людей. Это создаёт спрос на перекусы формата «grab-and-go». Здоровье и качество: Современные потребители всё больше заботятся о здоровье, что влияет на выбор продуктов. Существует растущий интерес к здоровым ингредиентам, например, органическим или без ГМО. Компании, предлагающие такие продукты, могут привлечь целевую аудиторию. Цена: Цена остается важным фактором. Многие потребители сравнивают стоимость продуктов и часто выбирают более доступные варианты. Предложение акций и скидок может помочь привлечь клиентов и увеличить объемы продаж.	
508	1. Компания «WISE-FILTER» может активно использовать такие каналы как интернет-реклама, социальные сети и e-mail – рассылки для взаимодействия с клиентами. Интерактивная реклама в соцсетях помогает выявлять интересы целевой аудитории, позволяя формировать персонализированные предложения. E-mail - маркетинг, в свою очередь, позволяет возвращать клиентов, информируя их о распродажах и новинках, что напрямую связано с их предыдущими покупками. 2. Компания «WISE-FILTER» должна использовать анализ больших данных, чтобы понять поведение клиентов в своих магазинах. Сбор данных о покупках и посещениях позволяет создать модели поведения клиентов, что поспособствует формированию акций и предложений, которые	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

	действительно интересуют покупателей. Выводы об ожиданиях потребителей помогут изменять ассортимент и повышать конверсию. 3. Для компании «WISE-FILTER» одной из рекомендаций может стать акцент на сегментации аудитории и использование персонализированных предложений. Внедрение AI-технологий для анализа данных о покупках и предпочтениях позволит сформировать более точные маркетинговые кампании. Второй рекомендацией будет развитие омниканальности в коммуникации, чтобы клиент мог удобно взаимодействовать с брендом через разные каналы. Третья рекомендация — активное использование UGC (контент, созданный пользователями), который будет способствовать формированию доверия к бренду и вовлеченности клиентов в процесс.	
509	1. Методы исследования и анализа информации: - Кабинетное исследование: анализ открытых источников информации, таких как отчеты аналитических агентств, статистические данные и публикации в СМИ. - Полевой маркетинг: проведение опросов, интервью и фокус-групп для получения первичной информации от целевой аудитории. - SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз на рынке. - ABC-анализ: разделение продукции на категории по частоте использования и объему продаж для оптимального размещения на складе. - Использование систем управления складом (WMS): внедрение современных систем управления складом для автоматизации процессов приема, хранения и отгрузки товаров. - Оптимизация маршрутов: разработка оптимальных маршрутов передвижения внутри склада для минимизации времени на поиск и комплектацию. - Кросс-докинг: использование технологии кросс-докинга для быстрой обработки и отгрузки товаров без длительного хранения. - Обучение персонала: проведение регулярных тренингов для повышения квалификации сотрудников склада и оптимизации их работы.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- Системы трекинга и мониторинга: внедрение систем слежения за транспортом для контроля времени доставки и предотвращения задержек. 2. Действия при неудовлетворительных показателях: - Анализ причин: проведение анализа причин неудовлетворительных результатов и выявление слабых мест в стратегии. - Корректировка стратегии: внесение изменений в стратегию продвижения, например, изменение каналов продвижения или перераспределение бюджета. - Тестирование новых подходов: проведение экспериментов с новыми каналами продвижения или форматами рекламы для поиска более эффективных решений.	
510	1. Технические методы должны включать тестирование интерфейса и анализ показателей вовлеченности (время настройки, частота ошибок), чтобы подтвердить заявленную простоту использования. 2. Маркетинговые исследования требуют качественных (фокус-группы для выявления эмоциональных реакций) и количественных (опросы для оценки готовности платить). 3. Информационно-аналитические методы (например, анализ данных о поведении пользователей конкурентов) помогут выявить «слепые зоны» рынка и спрогнозировать динамику спроса.	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
511	А3Б4В1Г5Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
512	1. Несмотря на экономические трудности, у потребителей будет сохраняться потребность в получении положительных эмоций от покупок. В связи с этим будет увеличиваться спрос на товары и услуги, которые позволяют «порадовать себя» и получить удовольствие, например, шоколадные конфеты или небольшой подарок. 2. Маркетологи могут использовать эмоциональный маркетинг для создания прочной связи с потребителями, повышения лояльности к бренду и увеличения продаж даже в сложных макроэкономических условиях. Важно понимать, что движет клиентами на эмоциональном уровне, и предлагать решения, которые соответствуют их ценностям, желаниям и	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	стремлениям создавая ощущение восторга или удовлетворения у потребителей	
513	Ответ: БВД Обоснование выбора: Б. Активное продвижение в социальных сетях с использованием инфлюенсеров, разделяющих ценности здорового образа жизни. Молодежь активно использует социальные сети, а инфлюенсеры, являющиеся лидерами мнений, могут эффективно донести ценности бренда и продукта. Важно создавать вовлекающий контент, который будет не только информативным, но и развлекательным, используя тренды и форматы, популярные среди молодежи, такие как короткие видео, мемы и интерактивные опросы. В. Организация серии бесплатных мастер-классов по приготовлению здоровых блюд с использованием продукции бренда в крупных городах: Эта маркетинговая коммуникация позволит молодежи познакомиться с продукцией бренда на практике, узнать о ее преимуществах и научиться готовить вкусные и полезные блюда. Мастер-классы по приготовлению здоровых блюд должны быть организованы в формате, интересном для молодежи, с привлечением популярных шеф-поваров или блогеров, специализирующихся на здоровом питании. Д. Разработка мобильного приложения с рецептами, советами по здоровому питанию и программой лояльности. Мобильное приложение предоставит молодежи удобный доступ к информации о бренде, рецептам и полезным советам, а программа лояльности стимулирует повторные покупки и повысит вовлеченность. Такие варианты коммуникаций наиболее соответствуют интересам и привычкам молодежной аудитории, а также позволяют эффективно донести ценности бренда и продукта.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
514	1. Инфляция, уровень безработицы и изменение курса валют. Инфляция снижает покупательскую способность, безработица уменьшает доходы, а курс валют влияет на стоимость импортных материалов и, следовательно, цену продукции.	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	2. Снижение бюджетов на рекламу и уменьшение лояльности к бренду. Минимизация: акцент на digital-маркетинг и программы лояльности. 3. Молодежь становится более рациональной и экономной. Тактики: акцент на ценность и функциональность продукта, использование социальных сетей для продвижения доступных предложений.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
515	1. Для оценки потенциального воздействия на спрос продукции компании «Альфа» необходимо внимательно следить за следующими макроэкономическими индикаторами: - Валовой внутренний продукт (ВВП): Рост ВВП сигнализирует о росте экономики, что положительно сказывается на покупательной способности населения и, следовательно, на спросе на бытовые товары. - Инфляция: высокий уровень инфляции может снизить реальную покупательную способность населения, что отрицательно повлияет на спрос на дорогие товары. - Процентные ставки Центрального банка: низкие процентные ставки способствуют доступности кредитов, что стимулирует покупку крупных товаров, таких как бытовая техника. - Уровень безработицы: высокий уровень безработицы может означать снижение доходов населения и, как следствие, снижение спроса на дорогостоящие товары. - Располагаемые доходы населения: увеличение располагаемых доходов способствует росту спроса на дорогую технику. - Показатели потребительской уверенности: высокий уровень уверенности потребителей сигнализирует о готовности тратить деньги, даже на дорогостоящие товары. 2. Для повышения точности прогноза спроса в условиях макроэкономической неопределенности рекомендуется использовать следующие методы сбора и обработки данных: - Кабинетное исследование: анализ данных, опубликованных государственными органами (Росстат) и аналитическими агентствами (ЦМАКП), для получения общедоступной информации о макроэкономических индикаторах.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	- Полевой маркетинг: проведение опросов, интервью и фокус-групп для получения первичной информации от целевой аудитории. Это позволит оценить текущие настроения и намерения потребителей. - Эконометрическое моделирование: использование статистических моделей для прогнозирования спроса на основе исторических данных и текущих макроэкономических показателей. - Сценарный анализ: разработка различных сценариев экономического развития (оптимистичный, базовый, пессимистичный) для оценки возможных уровней спроса в зависимости от изменения макроэкономических условий. - Использование Big Data: сбор и анализ больших объемов данных из различных источников (включая социальные сети, поисковые запросы, данные о продажах) для более точного прогнозирования спроса. - Машинное обучение и искусственный интеллект: применение алгоритмов машинного обучения для анализа исторических данных и прогнозирования будущих тенденций. - Коллаборация с экспертами: взаимодействие с экономистами и аналитиками для получения экспертных оценок и консультаций по поводу возможных макроэкономических сценариев. - Регулярный мониторинг и корректировка: постоянный мониторинг макроэкономической обстановки и корректировка прогнозов в зависимости от новых данных и изменений в экономике.	
516	1. Рыночные риски, влияющие на успешность выхода «Альфа-Тек» на рынок АПК - Сезонность: агропромышленный комплекс подвержен значительным сезонным колебаниям, что может затруднить прогнозирование спроса и планирование продаж. - Зависимость от погодных условий: погода может серьезно повлиять на урожайность и, соответственно, на потребность в программном обеспечении для логистики. - Государственное регулирование: государственные субсидии, квоты и другие меры регулирования могут непредсказуемо изменить конъюнктуру рынка.	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

	- Конкуренция: наличие множества игроков на рынке АПК, предлагающих схожие решения, может осложнить проникновение на рынок. - Высокая капиталоемкость: АПК требует значительных инвестиций в технологии, что может сдерживать быстрое распространение новых решений. 2. Специфические риски, связанные с потребительским поведением в АПК - Консерватизм: фермеры и сельхозпредприятия традиционно консервативны в отношении внедрения новых технологий, предпочитая проверенные временем методы. - Низкая цифровая грамотность: многие сельскохозяйственные работники могут испытывать трудности с освоением новых программных продуктов. - Особенности принятия решений: решения в АПК часто принимаются коллективно, что удлиняет процесс принятия решений и увеличивает риски. - Необходимость адаптации под специфические нужды: АПК требует индивидуального подхода и кастомизации решений, что увеличивает затраты на разработку и внедрение. 3. Методы анализа рисков и поведения потребителей - SWOT-анализ: оценка сильных и слабых сторон компании, а также возможностей и угроз на рынке АПК. - Анализ конкурентов: изучение существующих решений и стратегий конкурентов для выявления рыночных ниш и возможностей. - Исследование рынка: проведение опросов и интервью с потенциальными клиентами для лучшего понимания их потребностей и предпочтений. - Моделирование сценариев: разработка различных сценариев развития событий для оценки возможных рисков и их последствий. - Тестирование продукта: проведение пилотных проектов с несколькими фермами для оценки востребованности и удобства использования программного обеспечения.	

	- Тренинги и обучение: организация обучающих программ для фермеров и сельскохозяйственных работников для повышения цифровой грамотности. - Мониторинг внешней среды: постоянный мониторинг изменений в государственном регулировании, погоде и других внешних факторах для оперативной корректировки стратегии.	
517	Ответ: А Обоснование выбора: А. Самым эффективным методом привлечения внимания покупателей и формирования их доверия является предоставление ценности бесплатно или со скидкой. Это может быть что-то полезное, что клиент получает, не ожидая ничего взамен. Такой подход стимулирует клиентов к совершению покупок и позволяет им получить выгоду, вызвать интерес к компании и ее продукции, а также установить доверительные отношения с потенциальными клиентами.	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
518	АБ Обоснование выбора: А. Определение и сегментация целевой аудитории позволяет адаптировать маркетинговые сообщения и предложения к конкретным группам потребителей, а также позволяет направить маркетинговые усилия на тех, кто с наибольшей вероятностью станет клиентом и идеальным покупателем, учитывая демографические, психографические характеристики и предпочтения в потреблении мясной продукции. Б. Контент-маркетинг позволяет не только привлекать внимание к бренду, но и формировать доверие у потребителей при условии создания полезных и интересных материалов о мясной продукции, ее качестве, способах приготовления, рецептах и пользе для здоровья.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
519	Ответ: АВ Обоснование выбора: А. Бюджет маркетинговой кампании является критически важным фактором, определяющим доступные каналы коммуникации. Ограниченный бюджет может потребовать сосредоточиться на более экономичных, но целевых каналах, в то время как значительный бюджет	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	позволяет использовать широкий спектр инструментов, включая дорогостоящие. Влияние этих факторов на выбор каналов коммуникации является наиболее прямым и ощутимым. Бюджет определяет рамки возможностей, а знание предпочтений аудитории позволяет оптимизировать использование этих возможностей, направляя ресурсы в наиболее релевантные и эффективные каналы. Географическое расположение конкурентов, технологические характеристики производственного оборудования и анализ структуры затрат на логистику, хотя и важны для общего стратегического планирования, оказывают меньшее непосредственное влияние на выбор конкретных каналов коммуникации. Эти факторы скорее влияют на позиционирование продукта, ценовую политику и общую стратегию, но не диктуют выбор конкретных инструментов для донесения информации до потребителей. В. Предпочтения целевой аудитории в потреблении информации напрямую влияют на эффективность коммуникации. Выбор каналов должен основываться на том, где целевая аудитория наиболее активно ищет информацию, чтобы обеспечить максимальный охват и вовлеченность. Принятие во внимание предпочтений аудитории позволяет создавать коммуникационные сообщения, которые резонируют с их потребностями и интересами, увеличивая вероятность положительной реакции на продукт. Таким образом, фокусировка на бюджете и предпочтениях целевой аудитории обеспечивает наиболее рациональный и эффективный подход к выбору каналов коммуникации для продвижения нового продукта.	
520	1. Осознавая растущий интерес потребителей к эко сознательным продуктам, выбраны следующие каналы: Социальные сети: позволяют взаимодействовать с аудиторией, фокусируясь на ценностях устойчивого развития. Создание визуально привлекательного контента, который демонстрирует преимущества устройства, поможет привлечь внимание целевой аудитории. Контент-маркетинг: Создание блога и видеоканала, где можно делиться советами по энергосбережению, примерами использования	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

	устройства и исследованиями экологии, позволит не только продвигать продукт, но и формировать общественное мнение о бренде как эксперта в области экологии. SMM и инфлюенс-маркетинг: Сотрудничество с блогерами и лидерами мнений в области устойчивого развития и экологии позволит обратиться к более широкой аудитории, которая ценит экологичность и энергоэффективность. Электронная почта и рассылки: Директ- маркетинг через email-рассылки с информацией о новом продукте, акциями и полезными советами по энергосбережению будет способствовать образованию лояльной аудитории и поддержанию интереса к продукту. 2. Организация обратной связи с потребителями является важным этапом для улучшения продукта и укрепления отношения с клиентами. Предложены следующие методы: Опросы и анкеты: после покупки продукта разослать краткие опросы, чтобы понять удовлетворенность клиента и собрать предложения по улучшению. Опросы могут проводиться как через электронную почту, так и в приложении или на сайте. Анализ социальных медиа: регулярно отслеживать упоминания о продукте в социальных сетях, чтобы выявить основные проблемы и улучшения, которые клиенты озвучивают. Это позволит оперативно реагировать на негативные отзывы и использовать положительные комментарии в продвижении. Клиентская поддержка: создание онлайн-чата на сайте и активная поддержка пользователей в социальных сетях обеспечит быстрый доступ к информации и возможность сохранить лояльность клиентов. Фокус-группы: для более глубокого понимания потребностей целевой аудитории организовать фокус-группы, где будет возможно получать не только количественные данные, но и качественные отзывы о продукте.	
521	1. Для ответа на первый вопрос необходимо разработать комплекс мероприятий, направленных на усиление конкурентных преимуществ «Альфы». Рекомендуется разработать маркетинговую кампанию,	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный;

	подчеркивающую функциональность и надежность оборудования, основываясь на предпочтениях потребителей. Кроме того, необходимо оптимизировать процесс оформления заказа на веб-сайте для снижения уровня отказов. 2. Для ответа на второй вопрос необходимо провести детальный анализ структуры цен конкурента «Бета», выявив ключевые факторы, определяющие их ценовую политику. Следует также провести анализ собственных затрат «Альфы», выявив возможности для оптимизации и снижения себестоимости продукции. По результатам анализа необходимо разработать стратегию ценообразования, учитывающую как конкурентные факторы, так и собственные затраты, с целью обеспечения конкурентоспособности и прибыльности.	0 баллов – остальные случаи
522	1. Мероприятия на основе исследования конкурентов и каналов продвижения: - Разработка конкурентных преимуществ: анализ сильных и слабых сторон конкурентов для выделения уникальных предложений компании. - Оптимизация каналов продвижения: выбор наиболее эффективных каналов продвижения (онлайн и офлайн) на основе анализа поведения потребителей и посещаемости веб-сайтов. - Внедрение CRM-систем: использование систем управления взаимоотношениями с клиентами для улучшения взаимодействия с потребителями и повышения их лояльности. 2. Адаптация стратегии продвижения в зависимости от изменений спроса и поведения потребителей: - Мониторинг трендов: постоянный анализ изменений в предпочтениях и поведении потребителей для своевременной коррекции маркетинговых стратегий. - Персонализация предложений: разработка индивидуальных предложений для различных сегментов потребителей на основе их потребностей и предпочтений. - Активное использование соцсетей: внедрение активных кампаний в социальных сетях для привлечения и удержания молодой аудитории. 3. Меры для оптимизации структуры цен и затрат:	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

	- Анализ затрат: детальный анализ структуры затрат для выявления возможностей их снижения без ущерба для качества продукции. - Оптимизация цепочки поставок: внедрение современных технологий и методов управления цепочками поставок для сокращения затрат на логистику. - Гибкая ценовая политика: разработка гибкой ценовой политики, учитывающей колебания спроса и рыночные условия.	
523	132546	1 б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
524	А3Б1В2Г5Д4	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
525	1. Необходимо выполнить оценку текущего состояния корпоративных информационных систем в компании, проведите опрос среди маркетологов, чтобы определить их потребности в данных и аналитических возможностях, провести совместную разработку плана, обеспечить интеграцию различных систем для автоматизации сбора и анализа данных, а также провести мониторинг и оценку эффективности улучшений, и степень удовлетворенности маркетологов. 2. Ожидаемые результаты: -улучшение сотрудничества между маркетологами и специалистами, занимающимися информационными технологиями -повышение эффективности использования корпоративных информационных систем для маркетинговых исследований. -увеличение точности и оперативности сбора и анализа данных о клиентах и рынке	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
526	1. Маркетолог, прежде чем рекомендовать стратегию, должен провести исследование потребительских предпочтений, сегментацию рынка, оценку конкурентной среды, прогнозирование спроса, используя опросы, фокус-группы и анализ данных из социальных сетей. На основе полученных результатов, маркетолог сегментирует рынок, определяя целевые группы потребителей и их потребности. Оценка конкурентной среды проводится с использованием SWOT-анализа и анализа пяти сил Портера. Прогнозирование спроса осуществляется с применением методов регрессионного анализа и временных рядов. 2. Обоснованием для выбора стратегии служат конкретные цифры и графики, демонстрирующие потенциальную рентабельность и конкурентоспособность продукта. Например, данные о готовности потребителей платить определенную цену, прогнозы объемов продаж и анализ рисков.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

527	БГ Обоснование выбора: Б. Одна из ключевых функций CRM – автоматизация маркетинга, включая сегментацию и таргетинг. Это повышает релевантность коммуникации и конверсию. Г. Интеграция с аналитикой позволяет связывать действия пользователей на сайте с их профилями в CRM, что улучшает прогнозирование и стратегии.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
528	1. Гипотезы: Гипотеза 1: Пользователи не понимают, как работает NFC-оплата, или боятся её использовать (проблема осведомлённости/доверия). Гипотеза 2: В приложении нет мотивации для первого платежа (например, отсутствие бонусов или страха упущенной выгоды). 2. Исследование: - Метод: онлайн-опрос текущих пользователей (через push-уведомление в приложении) + анализ поведенческих метрик (на каких экранах чаще всего выходят). - Обоснование: опрос выявит страхи/непонимание, а анализ метрик покажет точки отказа.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
529	1. Оценка эффективности каналов продвижения Каналы: онлайн-реклама, сотрудничество с блогерами, участие в выставках. Метрики для оценки: 1.1. Онлайн-реклама: - охват аудитории: показы (сколько раз рекламу увидели), уникальные пользователи (число отдельных лиц, охваченных рекламой). - стоимость контакта: CPC (Cost Per Click) - стоимость перехода на сайт; CPM (Cost Per Mille) - стоимость 1000 показов. - обоснование: эти метрики показывают, насколько реклама достигает целевой аудитории (охват) и насколько экономически эффективны затраты (CPC/CPM). 1.2. Блогеры: - охват аудитории: охват публикации (число подписчиков блогера), вовлеченность (лайки, комментарии, репосты).	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

	- стоимость контакта: CPL (Cost Per Lead) — стоимость лида, полученного через блогера, стоимость за переход на сайт (по промокоду или ссылке). - обоснование: вовлеченность отражает интерес аудитории, а CPL помогает оценить рентабельность коллабораций. 1.3.Выставки: - охват аудитории: число посетителей стенда, количество контактов (лидов). - стоимость контакта: стоимость одного лида (бюджет выставки / число лидов). - обоснование: выставки ориентированы на прямые контакты с потенциальными клиентами, поэтому ключевой метрикой является стоимость лида. 2. Перспективные сегменты: 2.1. Молодые семьи с детьми (25-35 лет): - заинтересованы в органическом детском питании; - готовы платить премиум за безопасность продуктов. 2.2. Активные приверженцы ЗОЖ (18-40 лет): - ищут экологичные и веганские продукты; - высокая лояльность к «чистым» брендам. 2.3. Жители крупных городов с доходом выше среднего: - ценят удобство (доставка) и статусность органических товаров. 3. Рекомендации по оптимизации стратегии 3.1. Персонализация коммуникаций: - использовать данные CRM для сегментированной email-рассылки (например, предложения для веганов или семей с детьми); - внедрить программу лояльности с бонусами за повторные покупки. 3.2. Оптимизация каналов: - онлайн-реклама (сфокусироваться на таргетинге по интересам (ЗОЖ, экология) и геолокации (крупные города); A/B-тестировать креативы с акцентом на уникальность продукта (например, «100% органический состав»).	

	- блогеры (работать с микроинфлюенсерами в нише ЗОЖ (ниже стоимость, выше доверие аудитории); внедрить трекинг промокодов для точного расчета ROI). - выставки (проводить мастер-классы по использованию продуктов для повышения вовлеченности). 3.3. Усиление контент-маркетинга: - запустить Telegram-канал или блог с рецептами на основе производимых продуктов. - использовать SEO для привлечения органического трафика по запросам «органические продукты», «экологичное питание». Ожидаемый результат: - рост узнаваемости бренда за счет таргетированного контента. - увеличение конверсии благодаря персонализации и программам лояльности. - снижение стоимости лида за счет оптимизации работы с блогерами и рекламой.	
530	1. Гипотезы: Гипотеза 1: Целевая аудитория не видит уникального торгового предложения (УТП) продукта. Например, отсутствует четкая коммуникация преимуществ (состав, польза, отличие от конкурентов). Гипотеза 2: Цена воспринимается как завышенная из-за слабой аргументации ценности продукта. 2. Метод маркетингового исследования - онлайн-опрос посетителей сайта (через всплывающее окно): - «Что для вас важно при выборе протеиновых батончиков?» - «Почему вы не совершили покупку?». Опрос покажет восприятие УТП и ценностного предложения. 3. Рекомендации: Действие 1: Переработать лендинг: - добавить блоки с сравнением состава FreshBite и конкурентов («В 2 раза больше белка»). - разместить отзывы экспертов/спортсменов для усиления доверия. Действие 2: Внедрить триггеры срочности и выгоды: - ограниченная акция: «Купи 2 упаковки — получи скидку 20%».	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

	- бесплатная доставка при первом заказе.	
531	А2Б3В4Г5Д6	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
532	Ответ: Б Обоснование выбора: IBM SPSS Statistics является специализированным программным пакетом, разработанным для статистического анализа данных, включая сложные методы, такие как факторный анализ, кластерный анализ и многомерное шкалирование. Эти методы критически важны для сегментации потребителей на основе психографических характеристик.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
533	Ответ: БД Обоснование выбора: Б. IBM SPSS Statistics – программное обеспечение широко используется для статистического анализа данных, включая обработку данных из маркетинговых исследований. SPSS позволяет проводить сложные статистические расчеты, проверять гипотезы и строить прогностические модели. Д. SAS – мощное программное обеспечение для статистического анализа и управления данными. SAS используется для обработки больших объемов данных, прогнозирования и анализа данных в различных отраслях, включая маркетинг. SAS предоставляет инструменты для очистки данных, построения моделей и визуализации результатов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
534	1. Ключевые проблемы: 1) Слабая аргументация ценности – цена воспринимается как завышенная из-за отсутствия четкого УТП (например, не подчеркнуты уникальные материалы, долговечность или экологичность производства). 2) Неэффективный таргетинг – реклама может не достигать аудитории, готовой платить за премиум (например, таргетинг на «ЗОЖ» без учета уровня дохода). 2. Наиболее перспективный сегмент – «Премиальные энтузиасты экологии»: Демография – 25-35 лет, доход выше среднего, жители столиц (Париж, Берлин).	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Психография – готовы платить за экологичность и статус, ищут долговечные продукты, активны в соцсетях. Поведение – часто покупают товары премиум-сегмента, следят за эко-трендами. Этот сегмент менее чувствителен к цене и более лоялен к брендам с сильным экопозиционированием, что повышает вероятность конверсии.	
535	1. Ключевые причины падения продаж: 1.1. Неэффективное позиционирование - преимущества продукта (технологичность, экологичность, долговечность) не донесены до аудитории. Конкуренты перехватили коммуникацию, акцентируя «доступность». 1.2. Ценовая чувствительность в условиях экономического спада — аудитория не готова платить премиум без четкого обоснования ценности. Обоснование: Низкая конверсия при высоком CPM/CPC указывает на нерелевантность сообщений. Отзывы подтверждают, что ценностное предложение не воспринимается. 2. Изменения в маркетинг-миксе (4P): 2.1. Product (Продукт): - подчеркнуть уникальные технологии (например, «Батарея на 200 км + пожизненная гарантия на раму»); - добавить бесплатный сервис на первый год (повышает воспринимаемую ценность). 2.2. Price (Цена): - внедрить гибкую систему оплаты (рассрочка, trade-in старых велосипедов); - снизить цену на 10% с акцентом: «Технологии премиум-класса теперь доступнее». 2.3. Promotion (Продвижение): - переключить бюджет с Instagram на RuTube-обзоры с лидерами мнений (более глубокая демонстрация 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

	- запустить A/B-тесты креативов с упором на долгосрочную выгоду («Экономия €500 на транспорте за год»). 2.4. Place (Место продажи): - создать интерактивные зоны тест-драйвов в крупных ТЦ (прямой контакт с продуктом). 3. Нестандартная тактика для повышения лояльности: Запустить «Эко-челлендж» в соцсетях: Условие: клиенты публикуют фото своей ежедневной поездки на UrbanBikes с хештегом #UrbanGreenLife. Награда: участники получают баллы, которые можно обменять на аксессуары или скидки.	
536	1. SWOT-анализ: Сильные стороны: узнаваемость бренда, экспертиза в сыроварении. Слабые стороны: зависимость от импорта, высокая цена. Возможности: развитие локальных поставщиков, рост интереса к handmade. Угрозы: санкции → потеря ключевого УТП, рост цен. Ключевые проблемы: - кризис позиционирования (утрата основного дифференцирующего фактора); - дисбаланс в маркетинг-миксе. Наиболее пострадавший элемент 4P - Product (изменение состава наборов без коррекции коммуникации). 2. Новое позиционирование: «GourmetSelect: искусство русского сыроварения с многовековыми традициями» *(Сдвиг с европейского на локальный premium с акцентом на исторические рецепты)* Тактические изменения: Product: разработка «Набора славянских сыров» с местными ингредиентами; добавление QR-кодов с видео-мастерклассами от шеф-сыроваров. Promotion: перераспределение 50% бюджета с Instagram на YouTube (формат «Сыроварня с историей»); партнерство с историческими блогами (контент про традиции сыроварения)	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. Креативное решение: Программа «Семейная сыроварня»: существующие клиенты получают бесплатный детский набор (для совместного приготовления). Условие: публикация семейного фото с хештегом #GourmetСемья. Эффект: увеличение LTV (работа с новым поколением); виральный охват через UGC; затраты только на производство мини-наборов (себестоимость $3.5).	
537	Ответ: В Обоснование выбора: В. Задача координатора и контролера заключается в обеспечении эффективного выполнения работ в соответствии с планом исследования. Это включает в себя мониторинг сроков выполнения задач, контроль за соблюдением бюджета, а также проверку соответствия применяемых методологий установленным стандартам	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
538	Ответ: В Обоснование выбора: В. Организация и контроль выполнения маркетингового исследования требует эффективного управления временем и ресурсами. Установление четких сроков и контрольных точек для каждого этапа исследования, от разработки плана до анализа данных, обеспечивает своевременное завершение проекта в рамках бюджета и с требуемым качеством	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
539	1. Этапы организации и контроля маркетингового исследования Этап 1: Определение проблемы и постановка целей – определить проблему, цель исследования и задачи, которые необходимо решить. Этап 2: Разработка плана исследования – сформировать документ со всеми шагами для достижения цели, включая выбор методов сбора данных. Этап 3: Сбор данных – провести кабинетные исследования, опросы потребителей и анализ конкурентов. Этап 4: Анализ данных – обработать и проанализировать собранные данные для выявления закономерностей и тенденций. Этап 5: Выводы и рекомендации – сделать выводы и сформулировать рекомендации на основе результатов 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

	Контроль – регулярно отслеживать выполнение каждого этапа и корректировать план при необходимости. 2. Оценка важности каждого этапа Определение проблемы и постановка целей: критически важны для фокусировки исследования и эффективного использования ресурсов. Разработка плана исследования: обеспечивает системность и комплексность исследования. Сбор данных: основной этап для получения информации. Анализ данных: позволяет выявить ключевые инсайты и закономерности. Выводы и рекомендации: необходимы для практического применения результатов. 3. Рекомендации по улучшению контроля Регулярный мониторинг: постоянно отслеживать выполнение каждого этапа и корректировать план при необходимости. Установление четких сроков: определить конкретные даты для завершения каждого этапа. Контроль качества данных: обеспечить точность и актуальность собранных данных.	
540	Ответ: БВ Обоснование выбора: Б. Без графика исследование рискует выйти за рамки сроков. Контроль этапов (подготовка, сбор данных, анализ) дисциплинирует команду. В. Пилот помогает выявить ошибки в вопросах до массового сбора. Это экономит время на переделку анкет и повторные опросы.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
541	1. Необходимые документы: - техническое задание (ТЗ) (фиксирует цели, методику, выборку, сроки и бюджет. Без ТЗ исследование может пойти не по плану); - анкета/Гайд интервью (должна быть согласована с заказчиком. От ее качества зависят достоверность и релевантность данных); - план-график исследования (определяет этапы (подготовка, сбор данных, анализ), ответственных и дедлайны. Контролирует сроки).	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. Контроль соответствия регламенту: - проводить промежуточные сверки (например, проверка первых 100 анкет на соответствие методике, что позволяет оперативно исправить ошибки (неправильные вопросы, некорректная выборка)); - сравнивать результаты с ТЗ на каждом этапе (например, охват аудитории, сроки), что гарантирует, что исследование не отклоняется от первоначальных целей. 3. Проверка на этапе сбора данных: - качество заполнения анкет (пропущенные вопросы, противоречивые ответы). - соответствие выборки критериям (например, только женщины 25–40 лет), если в опросе участвуют не те респонденты, результаты будут нерелевантными.	0 баллов – остальные случаи
542	1. Три ключевых риска соблюдения сроков Риск 1. Задержки на этапе сбора первичных данных: Причина: низкая откликаемость респондентов (владельцы электромобилей в Москве — узкая и занятая аудитория). Последствия: срыв графика, увеличение бюджета на стимулы для респондентов. Риск 2. Проблемы с очисткой и верификацией данных: Причина: большой объем неполных или противоречивых ответов (например, респонденты путают модели электромобилей). Последствия: затягивание этапа анализа, необходимость повторного сбора данных. Риск 3. Зависимость от сторонних подрядчиков: Причина: использование внешних полевых агентств для опросов может привести к несогласованности в работе. Последствия: задержки из-за непредвиденных корректировок методики. 2. Оценка соответствия контракта стандартным практикам А. Конфиденциальность 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

	- Стандартная практика: контракт должен включать NDA (соглашение о неразглашении) и четкие правила хранения/передачи данных (например, анонимизация, использование защищенных серверов). - Потенциальные нарушения: если в контракте нет пунктов о шифровании данных или запрета на передачу третьим лицам — это риск утечки. Б. Права интеллектуальной собственности: - Стандартная практика: исключительные права на результаты исследования должны принадлежать заказчику (агентству), а не подрядчику. В контракте необходимо прописать: запрет на использование данных подрядчиком в других проектах; передачу всех исходных файлов после завершения работы. - Потенциальные нарушения: если контракт позволяет подрядчику оставлять копии данных – это создает риски конкурентного использования.	
543	А4Б3В5Г2Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
544	Ответ: В Обоснование выбора: В. Маркетинг, по своей сути, ориентирован на понимание и удовлетворение потребностей целевой аудитории. Эффективный маркетинг не просто продает продукт или услугу, а создает ценность для потребителя, решая его проблемы или удовлетворяя желания. При этом, важно, чтобы компания получала прибыль от своей деятельности.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
545	1. Целевая аудитория для новой линии оборудования, предназначенного для нефтегазовой и химической промышленности, может быть сегментирована по нескольким критериям: Отрасль: нефтегазовые компании (добыча, переработка, транспортировка), химические предприятия (производство базовых химикатов, полимеров, удобрений и т.д.) Размер предприятия: крупные интегрированные компании, средние предприятия, малые специализированные 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

	Географическое положение: регионы с развитой нефтегазовой и химической промышленностью (например, регионы добычи нефти и газа, крупные промышленные центры) Потребности: повышение эффективности и производительности, снижение затрат на обслуживание и ремонт, обеспечение безопасности и соответствие стандартам, автоматизация и оптимизация производственных процессов, улучшение экологических показателей. 2. Основные направления маркетинговой стратегии позиционирования для новой линии оборудования: - Определение уникального ценностного предложения (УТП): на чем будет сделан акцент при позиционировании оборудования? (Например, высокая надежность, инновационные технологии, оптимальное соотношение цены и качества, экологичность, безопасность и т.д.) Какие проблемы целевой аудитории решает оборудование? Чем оборудование отличается от предложений конкурентов? - Выбор целевого сегмента: на каком сегменте рынка будет сосредоточено внимание? (Например, крупные нефтегазовые компании, химические предприятия определенного профиля и т.д.) - Разработка ключевых сообщений: какие сообщения будут использоваться для привлечения внимания целевой аудитории и формирования нужного образа оборудования? - Выбор каналов продвижения: какие каналы будут использоваться для донесения информации о новой линии оборудования до целевой аудитории? (Например, специализированные выставки и конференции, онлайн-реклама в отраслевых изданиях, контент-маркетинг, директ-маркетинг, личные продажи и т.д.) - Формирование сильного бренда: разработка логотипа, фирменного стиля и других элементов брендинга, которые будут ассоциироваться с новой линией оборудования. - Создание положительной репутации компании как надежного поставщика качественного оборудования.	

	- Оценка эффективности маркетинговой стратегии: регулярный мониторинг ключевых показателей (объем продаж, доля рынка, узнаваемость бренда, уровень удовлетворенности клиентов и т.д.). - Внесение корректировок в стратегию в случае необходимости.	
546	Ответ: ВГ Обоснование ответа: В. Создание совместного предприятия предполагает партнерство с местной компанией, что требует существенных инвестиций как финансовых, так и управленческих. Контроль над маркетинговой деятельностью обычно делится между партнерами, но остается достаточно высоким, чтобы обеспечить соответствие стратегии компании. Г. Прямые иностранные инвестиции в виде создания дочерней компании – это наиболее капиталоемкий способ выхода на рынок, требующий полного контроля над операциями. Компания несет все инвестиционные затраты и имеет полный контроль над маркетингом, производством, дистрибуцией и другими функциями.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
547	А2Б5В4Г3Д1	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
548	1. Современные маркетинговые технологии управления закупками, которые «ТехноПлюс» может внедрить: 1) Анализ больших данных и предиктивная аналитика (сбор и анализ данных о поставщиках, ценах, сроках поставки, качестве продукции, рыночных тенденциях и т.д.). 2) Использование инструментов предиктивной аналитики для прогнозирования спроса, выявления рисков в цепочках поставок, оптимизации уровней запасов и определения наилучшего времени для закупок. 3) Использование электронных торговых площадок (использование онлайн-платформ для проведения тендеров, аукционов и прямых закупок). 4) Автоматизация процессов закупок, позволяющая сокращать время на поиск и выбор поставщиков, повышать прозрачность.	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) Внедрение CRM-систем для управления отношениями с поставщиками (ведение базы данных поставщиков, отслеживание их производительности, оценка рисков, управление контрактами). 6) Использование искусственного интеллекта (ИИ) (применение ИИ для оптимизации маршрутов доставки, управления запасами и прогнозирования цен). 7) Внедрение бенчмаркинга закупочной деятельности (сравнение закупочных процессов и показателей «ТехноПлюс» с лучшими практиками в отрасли. Выявление областей для улучшения, внедрение новых подходов и технологий. 8) Использование социальных сетей и онлайн-сообществ (поиск информации о поставщиках, мониторинг их репутации, участие в профессиональных дискуссиях и форумах. Установление контактов с потенциальными поставщиками, обмен опытом и знаниями). 2. Маркетинг закупок играет важную роль в управлении предприятием, поскольку он влияет на: - снижение затрат (оптимизация закупочных процессов, поиск более выгодных поставщиков и условий, снижение транзакционных издержек); - повышение качества продукции и услуг (выбор надежных поставщиков, обеспечивающих высокое качество сырья, материалов и комплектующих); - управление рисками (диверсификация базы поставщиков, мониторинг рисков в цепочках поставок, разработка планов действий в чрезвычайных ситуациях); - инновации (поиск поставщиков, предлагающих новые технологии, материалы и решения, способствующие развитию новых продуктов и услуг); - улучшение взаимоотношений с поставщиками (построение долгосрочных партнерских отношений, основанных на доверии и взаимной выгоде); - повышение конкурентоспособности (обеспечение предприятия конкурентными преимуществами за счет эффективных закупок и инновационных решений).	

549	1. Для выявления причин снижения числа клиентов можно провести следующие исследования: Опросы клиентов (текущих и бывших) для оценки их удовлетворенности качеством услуг, сервисом и ценами. Анализ конкурентов – изучение их ценовой политики, ассортимента услуг и маркетинговых акций. SWOT-анализ салона, чтобы выявить слабые стороны и угрозы. Анализ отзывов в социальных сетях и на рейтинговых платформах. 2. Для привлечения и удержания клиентов можно использовать следующие инструменты: Программы лояльности – скидки, бонусы или накопительные карты для постоянных клиентов. Акции и спецпредложения – например, скидки на первую процедуру или комплексные пакеты услуг. Продвижение в социальных сетях – публикация контента с отзывами клиентов, фотографиями работ и информацией о новых услугах. Партнерские программы – сотрудничество с местными блогерами или бизнесами для взаимного продвижения. 3. Для оценки эффективности решений можно отслеживать следующие показатели: Количество новых клиентов – рост числа посетителей после внедрения маркетинговых инициатив. Уровень удержания клиентов – процент клиентов, которые возвращаются за повторными услугами. Изменение объема выручки – динамика доходов салона. Отзывы и рейтинги – улучшение оценок клиентов в социальных сетях и на платформах отзывов. Конверсия рекламных кампаний – сколько клиентов пришло по акциям или рекламе.	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
550	1. Планограмма – это графическое (схематическое) изображение выкладки товаров на конкретном торговом оборудовании в месте продажи. Она применяется для эффективной организации процесса размещения и выкладки товаров в торговом зале.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	2. Фейсинг – это единица продукции, видимая / доступная для покупателя. Он может выполнять функцию условной единицы измерения площади полок или содержания полочного пространства, а также выполнять демонстрационную функцию.	
551	Ответ: Г Обоснование выбора: Г. Молодые люди, ведущие активный образ жизни, являются активными пользователями социальных сетей. Таргетированная реклама позволяет точно настроить показ объявлений на эту целевую аудиторию, используя интересы, демографические данные и поведенческие факторы. Это обеспечивает высокую релевантность рекламного сообщения и увеличивает вероятность привлечения внимания к продукту и стимулирования первой покупки, по сравнению с менее адресными или более затратными методами.	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
552	Ответ: АГ Обоснование выбора: А. B2B-электронные торговые платформы: использование таких платформ позволяет эффективно находить и взаимодействовать с бизнес-клиентами. Это также облегчает процесс заказа и оплаты, повышая тем самым удобство для клиентов. Г. Участие в специализированных выставках и конференциях представляют уникальную возможность для личного общения с потенциальными клиентами и партнерами. Они позволяют демонстрировать новые технологии и продукты, а также получать обратную связь от рынка и изучать конкурентов.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
553	1. Ключевые инструменты маркетинговых коммуникаций, которые целесообразно использовать для продвижения нового продукта на международном рынке: реклама в местных СМИ для повышения осведомленности о продукте; социальные сети (привлечение целевой аудитории через популярные платформы в каждой стране; PR-кампании (организация мероприятий и публикаций для создания позитивного имиджа).	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	Эти инструменты позволяют адаптировать сообщения и форматы для разных аудиторий, что критично в международном маркетинге. 2. Контент-маркетинг помогает создать доверие и лояльность среди целевой аудитории. При разработке контента для международных рынков важно учитывать языковые и культурные различия. Например, решить, какие темы наиболее актуальны для конкретной аудитории, и адаптировать контент, чтобы он был релевантным (актуальным, уместным) и интересным для различных целевых групп.	
554	54321	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи
555	1. Ключевые направления маркетинга закупок, на которые следует обратить внимание: построение долгосрочных отношений с поставщиками, анализ рыночных тенденций (использование инструментов аналитики для отслеживания цен на сырье в режиме реального времени), сегментация поставщиков, постоянный мониторинг рынка сырья, использование бенчмаркинга закупочной деятельности (внедрения лучшего опыта на предприятии). 2. Для улучшения закупочных процессов «Маркет Экс» может внедрить систему управления закупками, проводить анализ данных о продажах и потребительских предпочтениях, использовать инструменты прогнозирования, которые помогут предвидеть будущие потребности в сырье на основе исторических данных и текущих тенденций, тем самым позволяя принимать более взвешенные решения о закупках.	2 балла -полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
556	1. Для продвижения промышленного оборудования на рынке B2B можно использовать следующие инструменты: Контент-маркетинг – создание технических статей, кейсов и вебинаров, демонстрирующих преимущества и особенности оборудования. Участие в отраслевых выставках и конференциях – это позволяет напрямую взаимодействовать с потенциальными клиентами и партнерами. Email-маркетинг – рассылка персонализированных предложений и информации о новых продуктах целевым клиентам. SEO и контекстная реклама – для привлечения трафика на сайт компании и повышения видимости в поисковых системах.	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

	Прямые продажи и переговоры – личные встречи с клиентами для обсуждения их потребностей и предложения решений. 2. Целевая аудитория будет выбрана на основе анализа прибыльности сегментов, их потребностей и потенциала для долгосрочного сотрудничества. Сегментация рынка промышленного оборудования может быть проведена по следующим критериям: географический – например, регионы с развитой промышленностью или страны с высоким спросом на оборудование; отраслевой – сегментация по отраслям (металлургия, машиностроение, энергетика и т.д.), где используется оборудование; размер компании – малые, средние или крупные предприятия, которые могут быть заинтересованы в покупке оборудования; потребности клиентов – например, компании, ищущие энергоэффективное или высокопроизводительное оборудование. 3. Для оптимизации маркетинговой деятельности можно использовать следующие технологии управления: CRM-системы – для управления взаимоотношениями с клиентами, отслеживания сделок и анализа данных о клиентах; автоматизация маркетинга – инструменты для автоматизации email-рассылок, анализа поведения клиентов на сайте и управления рекламными кампаниями; аналитика данных – использование BI-систем (Business Intelligence) для анализа рыночных трендов, эффективности маркетинговых кампаний и прогнозирования спроса; управление проектами – применение методологий для планирования и реализации маркетинговых инициатив; цифровые платформы – использование облачных решений для хранения данных, совместной работы и интеграции маркетинговых инструментов.	
557	1. POS-материалы для привлечения внимания: На улице: 1) Штендер с меловым покрытием: штендер, расположенный перед входом в магазин с ежедневно обновляемой информацией о пиве дня,	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	акциях или просто приветственным сообщением. Он может привлечь внимание прохожих своей динамичностью и ощущением «живого» места. 2) Флаги и баннеры: Вертикальные флаги с логотипом магазина и яркими изображениями крафтового пива, размещенные вдоль тротуара. Они хорошо заметны издалека, визуально подчеркивают принадлежность к индустрии крафтового пива и создают праздничную атмосферу. 3) Информационная доска с подсветкой в витрине: информация о новинках, акциях, дегустациях и часах работы. Такая доска привлекает внимание в темное время суток, информирует потенциальных покупателей и вызывает интерес. В прикассовой зоне: 1) Дисплеи с комплиментарными товарами: размещение небольших дисплеев с чипсами, орешками, сухариками и другими закусками возле кассы. Это стимулирует импульсные покупки и увеличивает средний чек. 2) Воблеры и шелфтокеры: небольшие POS-материалы, привлекающие внимание к конкретным сортам пива или акциям. Они заметно выделяют акционные товары на полке и напоминают о специальных предложениях. 3) Буклетницы с листовками и программой лояльности: информация о магазине, акциях, дегустациях и возможность зарегистрироваться в программе лояльности. Это стимулирует повторные посещения и повышает лояльность клиентов. 2. POS-материалы для продвижения акции: 1) Плакаты и афиши, которые размещаются по всему магазину и на улице, информируют о дате, времени и программе дегустации. 2) Тейбл-тенты, находящиеся на столиках во время дегустации, с описанием представленных сортов пива и специальными предложениями. 3) Ролл-ап стенд, расположенный у входа в магазин, привлекает внимание прохожих и рассказывает об акции.	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
558	Ответ: В Обоснование выбора: В. Прежде, чем предпринимать какие-либо действия, необходимо понять причины снижения продаж. SWOT-анализ позволяет оценить сильные и	1б — полное правильное соответствие; 0 б — остальные случаи

	слабые стороны компании, возможности и угрозы внешней среды. Это даст возможность выявить факторы, влияющие на продажи, и разработать эффективную стратегию восстановления. Остальные варианты не учитывают необходимость предварительного анализа и могут привести к неэффективному использованию ресурсов.	
559	1. Сегментация может включать таких клиентов, как крупные фабрики, малые и средние предприятия (по размеру предприятия), а также государственные учреждения и частные компании (по форме собственности). Крупные фабрики могут нуждаться в высоком уровне автоматизации, малые предприятия ищут более доступные решения, в то время как государственные учреждения ставят акцент на надежности и сроках поставки. 2. Для крупных фабрик эффективными будут B2B маркетинговые мероприятия, такие как выставки и специализированные конференции; для малых предприятий можно использовать цифровые каналы, такие как контекстная реклама и социальные сети; а для государственных учреждений подойдут прямые продажи и тендерные площадки. Использование различных инструментов поможет охватить все сегменты аудитории и повысить уровень продаж.	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
560	1. Наиболее эффективным вариантом маркетинговой коммуникационной стратегии будет работа с китайскими инфлюенсерами. Это связано с тем, что китайский рынок характеризуется высокой степенью доверия к мнению лидеров мнений в социальных сетях. KOL оказывают огромное влияние на потребительские предпочтения. Так как для данного рынка компании и ее продукция неизвестна, то именно KOL смогут повлиять на формирование интереса к ним. 2. При выборе китайского инфлюенсера важно выбрать таких из них, кто имеет лояльную аудиторию, соответствующую целевому сегменту компании «Arctic Delight» (молодые люди, семьи, интересующиеся российскими продуктами и трендами). Важно выбирать инфлюенсера, разделяющего ценности бренда (качество, натуральность, удовольствие). Необходимо сфокусироваться на популярных китайских платформах (WeChat, Weibo, Douyin). Также необходимо создавать аутентичный и	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	привлекательный контент (обзоры вкусов, видео с дегустациями, интеграция мороженого в повседневную жизнь, конкурсы и розыгрыши). Самое важное – адаптация сообщений и визуального контента под китайскую культуру и язык. Использование китайской символики и праздников.	
561	1. Эффективные инструменты могут включать: цифровой маркетинг (реклама в социальных сетях с использованием акций и специальных предложений для разных групп клиентов); промо-мероприятия (участие в городских событиях, где можно предложить бесплатные поездки или скидки); разработка мобильного приложения, которое упрощает процесс заказа такси и включает систему лояльности для постоянных клиентов. 2. Время ожидания такси: измеряется через приложение и отзывы клиентов. Уровень удовлетворенности: опросы клиентов после поездки и регулярные мониторинговые исследования. Чистота автомобилей и поведение водителей: периодические проверки состояния автомобилей и обратная связь от клиентов.	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
562	Ответ: АГ Обоснование выбора: А. Анализ данных позволяет понять, какие товары и в каких объемах были необходимы в прошлом. Это знание поможет более точно спрогнозировать потребности компании в будущем и оптимизировать процессы закупок. Г. Автоматизация процесса закупок минимизирует риск ошибок, ускоряет процесс обработки заказов и повышает прозрачность. Это позволяет эффективно управлять запасами и делает процесс более предсказуемым.	2 балла – полное правильное соответствие; 1 балл – если допущена одна ошибка/ неточность/ ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи
563	1.Для поиска и оценки поставщиков можно использовать следующие маркетинговые инструменты: анализ рынка – изучение предложений поставщиков, их ценовой политики, репутации и отзывов;	3 балла – полный правильный ответ; 2 балла – если допущена одна ошибка/неточность / ответ правильный, но не полный;

	участие в отраслевых выставках и конференциях – это позволяет лично познакомиться с потенциальными поставщиками и оценить их продукцию; использование B2B-платформ — например, или специализированных отраслевых платформ для поиска поставщиков; запросы предложений (RFP) — рассылка запросов поставщикам с описанием требований компании и анализ полученных предложений; социальные сети и профессиональные сети — для поиска поставщиков и получения рекомендаций. Обоснование: данные инструменты помогают получить полную информацию о поставщиках, сравнить их предложения и выбрать наиболее подходящего партнера. 2. Для оптимизации процесса закупок можно использовать следующие технологии управления: ERP-системы — для интеграции данных о закупках, управления запасами и автоматизации рутинных процессов; электронные торги (e-auctions) — для снижения затрат за счет конкуренции между поставщиками; блокчейн-технологии — для повышения прозрачности и отслеживаемости цепочки поставок; аналитика данных — для анализа расходов, выявления тенденций и прогнозирования потребностей в закупках; управление рисками — использование программного обеспечения для оценки рисков, связанных с поставщиками (например, финансовое положение, репутация). 3. При выборе стратегии работы с поставщиками необходимо учитывать следующие особенности маркетинга закупок: долгосрочные отношения — в B2B-сегменте важно выстраивать партнерские отношения с поставщиками, основанные на доверии и взаимной выгоде; качество и надежность — приоритетом должно быть качество продукции и стабильность поставок, а не только низкая цена;	1 балл – если допущено две и три ошибки/неточности / ответ правильный, но не полный; 0 баллов – остальные случаи

	сложность продукции — промышленные товары и услуги часто требуют технической экспертизы и индивидуального подхода; глобальная конкуренция — необходимо рассматривать как локальных, так и международных поставщиков для получения лучших условий; прозрачность и соответствие стандартам — важно учитывать соблюдение поставщиками экологических (ISO), социальных и корпоративных стандартов (ESG).	