

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра інформаційних технологій

Жигулін О. А.
УПРАВЛІННЯ ІТ-ПРОЄКТАМИ

Комплексна контрольна робота здобувачів освіти спеціальності
122 Комп'ютерні науки
(30 тестових питань з одною правильною відповіддю
та різним ступенем складності)

Одеса 2025

Питання 1

75	Управління IT-проектом - це:
1.	комплекс спланованих заходів, методів та інструментів, спрямованих на розробку, впровадження або супровід інформаційних систем і технологій у межах чітко визначеного часу, бюджету та вимог якості
2.	мистецтво задовольняти необмежені потреби за допомогою обмежених ресурсів
3.	механізм пристосування підприємства до ринку
4.	усе перераховане

Питання 2

75	Складові визначення мети IT-проектування:
1.	мета, SWOT-аналіз тенденцій розвитку, інформація про клієнта, його профіль, продуктові комплекси за сегментами
2.	вибір конкурентів, аналіз й оцінка конкуренто-спроможності, розрахунок ємності ринку й частки на ньому підприємства
3.	визначення обсягів продажів за місяцями року, планування виробництва, його потужності, операційного циклу, вузьких місць, рентабельності й забезпечення фінансовими ресурсами
4.	усе перераховане

Питання 3

75	Керівник підприємства або менеджер IT-проекту виконує завдання:
1.	аналіз бізнес - потреб замовника для конкурентоспроможності за рахунок впровадження IT-технологій
2.	збирання й аналіз даних щодо оптимізації діяльності
3.	постановка завдань програмістам і системотехнікам
4.	усе перераховане

Питання 4

100	Економічно доцільним є:
1.	вивчення потреб клієнтів та задоволення їх атрибутами товару (ціна, якість, сервіс)
2.	виробництво продукції та інтенсивний пошук каналів її збуту
3.	монополізація ринку інформаційної продукції та її продаж за високими цінами
4.	усе перераховане

Питання 5

100	SWOT-аналіз тенденцій у сфері розвитку підприємства призначений для:
1.	використати можливостей, які містять політичні тенденції (вхід України в ЄС, розвиток галузі)
2.	зменшення впливу на підприємство економічних погроз (зростання цін на енергоресурси, зменшення платоспро-можності населення)
3.	зменшення впливу законодавчих (зміни податкового законодавства, ліцензування й патентування діяльності) і галузевих (високий рівень конкуренції) погроз
4.	усе перераховане

Питання 6

100	Економічно ефективними є заходи зворотної реакції на тенденції SWOT-аналізу:
1.	використання євротехнологій, участь у заходах галузі для підтримки підприємства її керівниками
2.	застосування ресурсоощадливих технологій, техніки, забезпечення доступних цін
3.	виконання вимог ліцензій і торгових патентів, податковий аудит, нетрадиційна форма інформаційних продуктів і послуг
4.	усе перераховане

Питання 7

75	Інформацію про потреби клієнтів підприємства можна отримати з джерел:
1.	реклама конкурентів (мережа інтернет, радіо, телебачення)
2.	опитування за телефоном працівників фірм-конкурентів, які виробляють нетрадиційну продукцію або надають незвичайні послуги
3.	результати власних спостережень процесів купівлі-продажу
4.	усе перераховане

Питання 8

75	Що таке ринок:
1.	це люди, які купують даний товар
2.	місце зустрічі продавця з покупцем по поводу купівлі-продажу
3.	взаємовідносини щодо обміну товару на гроші
4.	усе перераховане

Питання 9

100	Ємність ринку товару це:
1.	кількість покупців товару
2.	кількість продавців товару
3.	кількість грошей, яку люди за рік витрачають на даний товар
4.	усе перераховане

Питання 10

75	Сегмент ринку це:
1.	найбільша частка ринку
2.	група людей, яка чимось відрізняється від інших щодо вимог до атрибутів певного товару
3.	найменша частка ринку
4.	усе перераховане

Питання 11

100	Мета сегментації ринку:
1.	приваблення покупців через формування товарних комплексів для кожного цільового сегменту
2.	вивчення кон'юнктури ринку для його монополізації
3.	поділ ринку збуту товару між підприємницькими структурами
4.	усе перераховане

Питання 12

100	Продуктові комплекси для сегментів ринку складаються з сукупності:
1.	основних і додаткових виробів і послуг
2.	продукції й послуг інформаційного бізнесу
3.	продуктових ліній товарного асортименту
4.	усе перераховане

Питання 13

100	Додаткові потреби клієнтів задовольняються:
1.	тільки власними силами підприємства
2.	тільки по договорах з іншими підприємствами
3.	власними силами й по договорах з іншими підприємствами
4.	усе перераховане

Питання 14

50	Критерії вибору найближчих конкурентів на ринку товарів або послуг:
1.	схожий асортимент продукції, місце розташування й ціни на основні товари
2.	репутація у ЗМІ, кількість персоналу
3.	схожа назва й розмір уставного капіталу
4.	усе перераховане

Питання 15

100	Критерій оцінки конкурентоспроможності підприємства, у т. ч. ІТ-галузі:
1.	сума показників якості продукції
2.	рівень цін на продукцію
3.	співвідношення суми показників якості продукції до ціни
4.	усе перераховане

Питання 16

100	Модель річної сезонності попиту на продукцію підприємства формується для:
1.	планування фінансових і матеріальних потоків, показників ефективності виробництва по місяцях року
2.	визначення місяців роботи на повну виробничу потужність підприємства
3.	купівлі техніки, яка спроможна виробляти обсяг продукції або послуг у місяці роботи на повну виробничу потужність, добору потрібної кількості персоналу
4.	усе перераховане

Питання 17

100	Операційний цикл підприємства складається із 3-х стадій:
1.	дослідження ринку, виробництво, збут
2.	виробництво інформаційного продукту, формування асортименту продукції й послуг
3.	підготовка, формування продукту, виробництво й продаж
4.	усе перераховане

Питання 18

100	Напрями вдосконалення операційного циклу підприємства:
1.	формування штату професійних працівників
2.	поглиблення спеціалізації у сфері комплексної автоматизації документообігу й управління, енерго-зберігаючі технології
3.	підвищення якості продукції, послуг й обсягу реалізації, зменшення непродуктивних витрат
4.	усе перелічене

Питання 19

50	«Інформаційний бізнес» розглядається як:
1.	бізнес, що здійснюється в інформаційній сфері економіки
2.	увесь бізнес ХХІ століття
3.	бізнес тільки у сфері створення програмного продукту
4.	усе перераховане

Питання 20

100	Інформаційний ресурс це :
1.	електроенергія й праця працівників підприємства
2.	увесь обсяг знань, відчужених від їхніх творців, зафіксованих на матеріальних носіях і призначених для суспільного використання
3.	дані на носіях інформації
4.	усе перераховане

Питання 21

100	Інформаційна продукція – це.
1.	матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств та організацій
2.	виключно програми для автоматизації виробничих процесів
3.	усе, що можна розмістити на носіях інформації
4.	усе перераховане

Питання 22

100	Інформаційна послуга – це
1.	виключно послуга з надання консультації
2.	здійснення інформаційної діяльності у визначений час і визначеній законом формі з доведення інформаційної продукції до споживачів із метою задоволення їхніх інформаційних потреб
3.	послуга бенчмаркінгу
4.	усе перераховане

Питання 23

75	Інформаційний продукт – це
1.	продукт матеріалоощадливої галузі
2.	продукт матеріаломісткої галузі
3.	сукупність даних, що сформована виробником для поширення в матеріальній або нематеріальній формах
4.	усе перераховане

Питання 24

50	До інформаційних продуктів належать:
1.	продукти на носіях інформації
2.	апаратні засоби, програмні й інформаційні продукти
3.	продукти у мережі інтернет
4.	усе перераховане

Питання 25

100	До апаратних засобів належать:
1.	ЕОМ, індустриальні портативні комп'ютери, гральні автомати, програмні приставки
2.	комплектуючі (модулі пам'яті, процесори, материнські плати, монітори, комплектування для периферії, оргтехніки)
3.	периферійне й мережеве обладнання, оргтехніка
4.	усе перераховане

Питання 26

75	Види інформаційних послуг:
1.	ремонт комп'ютерної техніки (КТ), модернізація, антивірусний захист та захист від несанкціонованого доступу, профілактика КТ
2.	установка програмного забезпечення й додаткових пристроїв в правоохоронній сфері
3.	комплексне обслуговування й технічна експертиза КТ
4.	усе перераховане

Питання 27

50	Бенчмаркінг – це
1.	мистецтво й практика виявлення найкращих із відомих методів ведення бізнесу через порівняння діяльності з не тільки підприємствами-конкурентами, але й з передовими фірмами інших галузей
2.	виключно маркетинг в інформаційному бізнесі
3.	вихідний пункт, початок відліку, еталон, база
4.	усе перераховане

Питання 28

50	Консалтинг – це
1.	послуга з управління інформаційними потоками
2.	професійна допомога з боку фахівців-консультантів з управління господарством керівникам і управлінському персоналу з питань аналізу і вирішення проблем їх функціонування та розвитку, яка здійснювана у формі порад, рекомендацій і спільно

	вироблюваних із клієнтом рішень
3.	послуга з організації на підприємстві служби логістики
4.	усе перераховане

Питання 29

75	Етапи переведення паперових документів в електронну форму з метою реалізації електронного документообігу:
1.	сканування, розпізнавання й переведення зображення у текстовий документ
2.	набір тексту на ПК з метою створення електронної копії, форматизація, систематизація інформації
3.	копіювання документів на принтері з наступним набором тексту на ПК
4.	усе перераховане

Питання 30

75	Показник економічної ефективності роботи підприємств після впровадження ІТ-проєкту
1.	прибутковість, рівень рентабельності - відношення чистого прибутку до витрат на ресурси
2.	показники конкурентоспроможності
3.	показник сталого розвитку підприємства зі складовими стійкість та стан сталого розвитку або – оцінка можливості розвитку усіх без виключень й обмежень з дотриманням вимог соціо-еколого-економічних нормативів
4.	усе перераховане