

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
МІЖНАРОДНИЙ ГУМАНІТАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
Кафедра інформаційних технологій

**Жигулін О. А.**  
**УПРАВЛІННЯ ІТ-ПРОЄКТАМИ**

---

Комплексна контрольна робота здобувачів освіти спеціальності  
172 «Електронні комунікації та радіотехніка»  
(30 тестових питань з одною правильною відповіддю  
та різним ступенем складності)

Одеса 2025

## Питання 1

|           |                                                                                                                                                                                                     |
|-----------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Управління IT-проектом - це:</b>                                                                                                                                                                 |
| 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

|           |                                                                                                                                                                               |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Складові визначення мети IT-проектування:</b>                                                                                                                              |
| 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

|           |                                                                                                   |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Керівник підприємства або менеджер IT-проекту виконує завдання:</b>                            |
| 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

|            |                                                                                     |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Економічно доцільним є:</b>                                                      |
| 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

|            |                                                                                                                                                         |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>SWOT-аналіз тенденцій у сфері розвитку підприємства призначений для:</b>                                                                             |
| 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

|            |                                                                                                                     |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Економічно ефективними є заходи зворотної реакції на тенденції SWOT-аналізу:</b>                                 |
| 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

|           |                                                                                                                            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Інформацію про потреби клієнтів підприємства можна отримати з джерел:</b>                                               |
| 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

|           |                                                              |
|-----------|--------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Що таке ринок:</b>                                        |
| 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

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

### Питання 10

|           |                                                                                        |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Сегмент ринку це:</b>                                                               |
| 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

|            |                                                                                          |
|------------|------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Мета сегментації ринку:</b>                                                           |
| 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

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

### Питання 13

|            |                                                        |
|------------|--------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Додаткові потреби клієнтів задовольняються:</b>     |
| 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

|           |                                                                            |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------|
| <b>50</b> | <b>Критерії вибору найближчих конкурентів на ринку товарів або послуг:</b> |
| 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

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

Питання 16

|            |                                                                                                                                                         |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Модель річної сезонності попиту на продукцію підприємства формується для:</b>                                                                        |
| 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

|            |                                                                                |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Операційний цикл підприємства складається із 3-х стадій:</b>                |
| 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

|            |                                                                                                                       |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Напрями вдосконалення операційного циклу підприємства:</b>                                                         |
| 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

|           |                                                         |
|-----------|---------------------------------------------------------|
| <b>50</b> | <b>«Інформаційний бізнес» розглядається як:</b>         |
| 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

|            |                                                                                                                                 |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Інформаційний ресурс це :</b>                                                                                                |
| 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

|            |                                                                                                                                                               |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Інформаційна продукція – це.</b>                                                                                                                           |
| 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

|            |                                                                                                                                                                                   |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>Інформаційна послуга – це</b>                                                                                                                                                  |
| 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

|           |                                                                                                   |
|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Інформаційний продукт – це</b>                                                                 |
| 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

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

Питання 25

|            |                                                                                                                 |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>100</b> | <b>До апаратних засобів належать:</b>                                                                           |
| 1.         | ЕОМ, індустріальні 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

|           |                                                                                                                              |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>75</b> | <b>Види інформаційних послуг:</b>                                                                                            |
| 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

|           |                                                                                                                                                                                           |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>50</b> | <b>Бенчмаркінг – це</b>                                                                                                                                                                   |
| 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

|           |                                                                                                                                                                                                                                              |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>50</b> | <b>Консалтинг – це</b>                                                                                                                                                                                                                       |
| 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 | <b>Етапи переведення паперових документів в електронну форму з метою реалізації електронного документообігу:</b> |
| 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 | <b>Показник економічної ефективності роботи підприємств після впровадження ІТ-проєкту</b>                                                                                                                       |
| 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                                                                                                                                                                                                |