

Технологическое предпринимательство

2022/23 учебный год

Второй отборочный этап

Задача IV.1. Основы предпринимательства (58 баллов)

Темы: основы предпринимательства, как найти идею, критическое мышление, основы финансовой грамотности, умение работать в команде.

Баллы: 1 балл за задания №№ 1–58.

1. Какие способы поиска идеи были озвучены в обучающем видео?

- A. Превращение интересов в бизнес.
- B. Решение проблем окружающих.
- C. Улучшение существующих продуктов.

Ответ: A, B, C.

2. Что следует учитывать при отборе идеи?

- A. Спрос на похожий товар/услугу.
- B. Потенциал развития.
- C. Сложность реализации.
- D. Время реализации.

Ответ: A, B.

3. Так зачем нужна команда?

- A. Чтобы посмотреть на проблему и её решение с разных точек зрения.
- B. Чтобы хватало времени и сил на выполнение всех задач.
- C. Чтобы она выполняла всю работу за тебя.
- D. Чтобы в случае чего было на кого спихнуть ответственность за ошибки и недочеты.
- E. Чтобы было веселее работать.
- F. Чтобы было больше навыков и знаний.

Ответ: A, B, F.

4. Что из перечисленного **не** относится к принципам сбора команды?

- A. Нацеленность на совместную работу.
- B. Чувство юмора.
- C. Необходимые знания и умения.
- D. Общие цели.

Ответ: B.

5. Чего **не** следует делать во время поиска и отбора идеи?

- A. Опрашивать клиента о его болях.
- B. Быстро проверять гипотезы.
- C. Считать, что безумную идею не стоит даже пытаться реализовать.
- D. Отметать идеи заранее.
- E. Записывать абсолютно все идеи.

Ответ: C, D.

-
6. Зачем нужно знать своих конкурентов в бизнесе?
- A. Чтобы находить отличия от конкурентов и понимать, чем ты на их фоне можешь выделиться.
 - B. Чтобы было у кого подсматривать идеи и различные особенности.
 - C. Чтобы проверить идею (если есть конкуренты, значит есть рынок).
 - D. Чтобы не совершать чужих ошибок.

Ответ: A, C, D.

7. К нерыночным преимуществам относится:
- A. льготы;
 - B. имидж бренда;
 - C. уникальные технологии;
 - D. доступ к дешевым ресурсам;
 - E. законодательные акты;
 - F. высококвалифицированные специалисты.

Ответ: A, D, E.

8. Что из перечисленного ниже является конкурентом Okko второго уровня (глобальные конкуренты)?
- A. You Tube.
 - B. ivi.
 - C. Apple TV+.
 - D. Netflix.
 - E. Apple Music.
 - F. Tik Tok.
 - G. Кино ПоискHD.

Ответ: C, D.

9. Почему в Okko уважительно относятся к конкурентам и даже считают их в некоторой мере своими партнерами?
- A. Потому что совместное взаимодействие способствует росту.
 - B. Потому что конкуренция способствует развитию рынка.
 - C. Потому что они все борются с пиратским контентом.
 - D. Потому что так легче втираться в доверие и красть хорошие идеи у конкурентов, а также переманивать их клиентов к себе.

Ответ: A, B, C.

10. Целевая аудитория — это ...
- A. люди, которые покупают продукт компании;
 - B. люди, которые пользуются продуктом компании.

Ответ: A.

11. Почему существует разница между тем, что люди говорят о себе и тем, как все есть на самом деле?
- A. Потому что человек действует по привычке и не помнит деталей.
 - B. Потому что человек может обманывать самого себя.
 - C. Потому что люди злые и хотят тебя обмануть, чтобы твой бизнес не получился.

Ответ: А, В.

12. Кто является основным клиентом Кухни на районе?
- А. Контент — криэйторы (блогеры, тиктокеры).
 - В. Молодые семьи.
 - С. Офисные работники.
 - Д. Школьники и студенты.
 - Е. Творческие люди (актеры, режиссеры).

Ответ: А, С, Е.

13. Какие общие черты есть у выбранных тобой основных клиентов Кухни на районе?
- А. Недостаток времени.
 - В. Переели чипсы и пиццу и хотят нормальной еды.
 - С. Мало времени проводят дома.
 - Д. Высокая нагрузка.

Ответ: А, В, С, D.

14. Что помогает понять проблемное интервью?
- А. Готов ли клиент платить за твоё решение.
 - В. Что в голове у клиента.
 - С. Как мыслит клиент.
 - Д. Действительно ли существует проблема, которую ты планируешь решать.
 - Е. Как сейчас клиент решает проблему и сколько на это тратит ресурсов.
 - Ф. Важно ли твоё решение для клиента.
 - Г. Как рынок решает запросы клиента.

Ответ: В, С, D, Е, G.

15. Где точно **не** стоит спрашивать мнение о выдвинутых тобой гипотезах?
- А. Родственники и друзья.
 - В. В местах скопления твоей ЦА.
 - С. Форумы.
 - Д. Соц. Сети.

Ответ: А.

16. На основании чего принимаются стратегические решения в «Самокате»?
- А. На основании гипотез о пользователях.
 - В. На основании данных о мнениях пользователей.

Ответ: В.

17. Каким образом можно принести клиенту истинную ценность?
- А. Дать клиенту скидку.
 - В. Помочь клиенту достигнуть цели.
 - С. Решить боль клиента.
 - Д. Дать клиенту возможность извлечь выгоды.

Ответ: С, D.

18. Закончите предложение. *Ценность продукта всегда связана с ...*
- А. его техническими характеристиками;

-
- В. результатом использования продукта;
 - С. желаниями клиента.

Ответ: В.

19. Закончите фразу. *Ценностное предложение Сбербанк Онлайн сейчас ...*
- А. ориентируется на разные сегменты и их потребности в разные моменты времени;
 - В. помогает людям во всем;
 - С. дает клиентам доступ к их финансам и позволяет проводить в онлайн самые частые операции.

Ответ: А.

20. Что нужно делать при работе над ценностным предложением?
- А. Нужно изучать людей и их потребности.
 - В. Нужно выбирать и фокусироваться.
 - С. Нужно правильно уметь определять сегмент.

Ответ: В.

21. На какие три группы можно поделить модели монетизации?
- А. Реклама.
 - В. Платформы.
 - С. Товары и услуги.
 - Д. Доставка.
 - Е. Продукты.

Ответ: А, В, С.

22. Что такое бизнес — модель?
- А. Стратегия развития продукта.
 - В. То, каким образом твой стартап будет зарабатывать.
 - С. То, как ты видишь свой продукт.

Ответ: В.

23. Какие два типа сервисов предоставляет Delivery club?
- А. Сервис доставки еды.
 - В. Маркетплейс.
 - С. Фудкорт.
 - Д. Полный логический сервис.

Ответ: В, Д.

24. Закончите предложение. *Когда Вы начинаете свой первый бизнес, нужно:*
- А. определить, что необходимо клиенту;
 - В. верно рассчитать вложения;
 - С. понять, что будет популярно завтра, а не сегодня;
 - Д. найти свою нишу.

Ответ: С.

25. Прибыль — это ...
- А. то, сколько ты зарабатываешь от продажи продукта;

-
- В. разница между доходами и расходами;
 - С. твоя зарплата.

Ответ: В.

26. Как называется метод расчета объема рынка, который ты учишься использовать?
- А. Метод Шрека.
 - В. Метод Луковой Шелухи.
 - С. Многослойный метод.

Ответ: В.

27. Что такое объем обстуживаемого рынка?
- А. Это тот объем рынка, который твой бизнес способен охватить.
 - В. Это то, какое количество своего продукта ты продаешь.
 - С. Это те, кому уже необходим твой продукт и в каком объеме они его покупают.

Ответ: А.

28. Какая основная задача стоит перед сервисом СберЗвук?
- А. Стать основным стриминговым музыкальным сервисом в России.
 - В. Стать главным сервисом, который обслуживает незэкранное время пользователя.
 - С. Увеличить свою аудиторию.

Ответ: В.

29. С чем связано будущее музыкального стриминга?
- А. С попыткой изменить предпочтения людей.
 - В. С определением предпочтений и доставкой контента до пользователя.
 - С. С умными устройствами.
 - Д. С умением продать сервис новичкам.

Ответ: С.

30. На что похожа диаграмма Исикава?
- А. На дерево.
 - В. На карту.
 - С. На скелет рыбы.
 - Д. На график.

Ответ: С.

31. Что должно быть в первой версии продукта?
- А. То, что помогает сделать использование сервиса более удобным.
 - В. Функция, которая решает боль клиента.
 - С. То, что помогает воспользоваться продуктом.
 - Д. Функция, которую запрашивает клиент.

Ответ: В, С.

32. Что важно в проекте?
- А. Абстрагироваться от всех и выполнять свои задачи.
 - В. Уместить все и сразу.

С. Расставить приоритеты и распределить задачи.

Ответ: С.

33. Что помогает делать диаграммы Ганта?

- А. Распределить обязанности.
- В. Организовать и фиксировать ваши задачи и действия.
- С. Решать поставленные задачи.

Ответ: В.

34. Что значит Смарт?

- А. Форма организации ваших планов.
- В. Метод оценки ваших действий.
- С. Способ формулировки целей для их достижения.

Ответ: С.

35. Какие есть преимущества у работы в команде?

- А. Увеличение обязанностей.
- В. Обогащение друг друга идеями.
- С. Меньше ответственности.
- Д. Распределение обязанностей.

Ответ: В, Д.

36. Отметьте основные функции руководителя команды:

- А. сбор команды;
- В. расстановка целей;
- С. редактирование работ участников команды;
- Д. контроль каждого человека;
- Е. мотивация.

Ответ: А, В, Е.

37. Отметьте существующие группы решений.

- А. Сложно решение (нужно несколько членов команды).
- В. Отсутствие решений.
- С. Простое решение (один ответственный человек).
- Д. Любое решение приемлемо.

Ответ: А, С.

38. Зачем руководителю регулярно встречаться с командой?

- А. Чтобы мотивировать команду.
- В. Чтобы чувствовать состояние команды.
- С. Чтобы обучать команду.

Ответ: В.

39. Основная цель каждого бизнеса это:

- А. получение прибыли;
- В. благотворительность;
- С. обеспечение сотрудников.

Ответ: А.

40. Что нужно знать при расчете дохода?

- A. Каналы продвижения бизнеса.
- B. Рынок нашего бизнеса.
- C. Потребность клиента.
- D. Все вышеперечисленное.

Ответ: D.

41. Конверсия показывает:

- A. налоги на бизнес;
- B. сколько человек, увидевших продукт, его приобрело;
- C. расходы на рекламу.

Ответ: B.

42. Что показывает Unit экономика?

- A. Стоимость одной единицы продукта.
- B. Рентабельность одного бизнеса.
- C. Сколько 1 клиент приносит денег компании.

Ответ: C.

43. Отметьте базовые составляющие Unit экономики.

- A. Количество клиентов.
- B. Расходная часть.
- C. Оборот капитала.
- D. Доходная часть.

Ответ: B, D.

44. В доходную часть входят:

- A. комиссия ритейлеров;
- B. деньги от брендов за приоритизацию товаров;
- C. средний чек;
- D. все выше перечисленное.

Ответ: D.

45. САС (customer Acquisition cost) это:

- A. траты на одного клиента;
- B. стоимость привлечения клиента;
- C. стоимость обслуживания клиента.

Ответ: B.

46. Отметьте 3 ключевых показателя при развитии бизнеса?

- A. Стоимость привлечения клиента.
- B. Уровень налогообложения.
- C. Возвращаемость покупателя.
- D. Стоимость рекламы.
- E. Прибыль с каждого заказа.

Ответ: A, C, E.

47. Что такое MVP?

-
- A. Изменения в продукте.
 - B. Финальная версия продукта.
 - C. Минимально жизнеспособный продукт.

Ответ: C.

48. Какова цель MVP?
- A. Представить продукт на рынке.
 - B. Проверить гипотезу и получить обратную связь.
 - C. Посмотреть продажи продукта.

Ответ: B.

49. Какие бывают виды MVP?
- A. Демонстрационный.
 - B. Ручной.
 - C. Оба варианта верны.

Ответ: C.

50. Вопросы на которые необходимо ответить перед запуском MVP:
- A. Как именно ваше решение помогает с проблемой?
 - B. Какая проблема у клиента?
 - C. Кто ваш клиент?
 - D. Зачем ваш продукт миру?
 - E. Как ваше решение делает мир лучше?
 - F. На все выше перечисленные вопросы.

Ответ: F.

51. Зачем нужно ретенческое интервью с клиентом после использования продукта?
- A. Установить факт того, что MVP решает проблему клиентов, и они готовы платить за его использование.
 - B. Проверить MVP в реальных условиях.
 - C. Услышать рекомендации клиента.

Ответ: A.

52. Какой важный этап идет после запуска MVP?
- A. Составление прогноза продаж.
 - B. Обратная связь.
 - C. Продвижение продукта.

Ответ: B.

53. Назови один из самых важных этапов до создания MVP, о котором говорили в видео.
- A. Создание прототипа.
 - B. Анализ рынка.
 - C. Оформление Патента.

Ответ: A.

54. Что имел ввиду спикер из видео, когда говорил о механике «wizard of oz»?
- A. Перед тем, как делать готовый продукт, его можно симулировать.

-
- В. Перед запуском продукта, его можно прототипировать.
 - С. После запуска продукта можно собирать обратную связь о нем.

Ответ: А.

55. Что делать если твой проект не привлек инвестора?
- А. Искать альтернативные каналы привлечения средств.
 - В. Повторно обратиться к инвестору.
 - С. Подумать о новом варианте проекта.

Ответ: А.

56. Какие риски несет инвестор при вложениях в проект?
- А. Не сплоченность работы команды над продуктом.
 - В. Продукт создан без идеи.
 - С. Клиенты не оценят продукт.
 - Д. Все выше перечисленное.

Ответ: D.

57. Варианты инвестирования в России:
- А. акселераторы;
 - В. конкурсы с денежными призами;
 - С. инкубаторы;
 - Д. гранты;
 - Е. все варианты верны.

Ответ: E.

58. Почему в большинстве случаев стартап неинтересен инвесторам?
- А. Нет четкой идеи проекта.
 - В. Отсутствуют возможности масштабирования стартапа.
 - С. Слишком большие риски.
 - Д. Нет уверенности в успехе проекта.

Ответ: В.