**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу**

**Кафедра маркетингу**

**ЦИФРОВІ БІЗНЕС МОДЕЛІ**

ТЕСТОВИЙ КОМПЛЕКС

для здобувачів освітнього рівня «Магістр»

за спеціальністю ***075 «Маркетинг»***

The Digital Business Models syllabus is developed in the framework of ERASMUS+ CBHE project “Digitalization of economic as an element of sustainable development of Ukraine and Tajikistan” / DigEco 618270-EPP-1-2020-1-LT-EPPKA2-CBHE-JP

**Мелітополь, 2022р.**

**Цифрові бізнес моделі.** Тестовий комплекс для здобувачів освітнього рівня «Магістр» за спеціальністю 075 «Маркетинг». – Мелітополь, ТДАТУ, 2022 р. – 32 с.

**Розробники:** д.т..н., професор кафедри експлуатації та технічного сервісу машин ТДАТУ КЮРЧЕВ ВОЛОДИМИР

к.е.н., доцент кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин Державного університету «Житомирська політехніка» БОГОЯВЛЕНСЬКА Юлія

к.е.н., доцент кафедри маркетингу ТДАТУ КУЛІШ Тетяна

**Рецензенти:** старший науковий співробітник, доцент кафедри BPM | IS | ИТ в університеті Марібора, Словенія ПОЛАНЧИЧ Грегор

Завідувач кафедрою «МіБА» ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», доктор економічних наук, професор ГОНЧАР Вікторія

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри маркетингу

Протокол № *10* від « *09*» травня 2022 року

Завідувач кафедри «Маркетинг»

д.е.н, професор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Дар’я ЛЕГЕЗА

Схвалено методичною комісією факультету економіки та бізнесу для здобувачів освітнього рівня «Магістр» за спеціальності 075 «Маркетинг»

Протокол № *7* від «*20*»  *червня* 2022 року

Голова, доц. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Анна КОСТЯКОВА

Схвалено Навчально-методичною радою Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного для здобувачів освітнього рівня «Магістр» за спеціальності 075 «Маркетинг»

Протокол № *1* від «*26*»  *серпня* 2022 року

Голова, доц. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олександр ЛОМЕЙКО

© Богоявленська Ю., 2022 рік

**Змістовий модуль 1. Цифрові бізнес-моделі та інноваційне управління: концептуальні положення**

Тема 1. Бізнес-моделі: розуміння, трансформації, використання

Тема 2. Цифрова трансформація та дифузія інновацій: цифрові бізнес-моделі та фокусування на клієнтах

Тема 3. Інноваційне управління: DOI

Модульний контроль за Модулем 1

**Змістовий модуль 2. Стратегічне й операційне управління та цифрові бізнес-моделі: прикладний аспект**

Тема 4. Бізнес-стратегії в цифровій економіці

Тема 5. Проєктування бізнес-моделей: ресурсо-відкрита, безкоштовна, базована на підписці, фріміум, “на запит”, шерінгова, рекламо-підтримуюча, е-коммерс, з прихованими вигодами, монетизації даних користувачів

Тема 6. Імплементації бізнес-моделей як частина бізнес-операцій: канва клієнта

Тема 7. Базовий рівень моделювання: мапа подорожі клієнта

Тема 8. Моделювання бізнес-процесів: BPMN

Модульний контроль за Модулем 2

**Змістовий модуль 1. Цифрові бізнес-моделі та інноваційне управління: концептуальні положення**

**Тема 1. Бізнес-моделі: розуміння, трансформації, використання**

1. До якого плану відноситься термін бізнес-модель?

а) задоволення потреб компанії

**б) отримання компанією прибутку**

в) розробки стратегій

г) усі відповіді правильні

1. Бізнес-модель – це..?

а) інтеграція цифрових технологій у бізнес -процеси

б) впровадження цифрових технологій для трансформації послуг або бізнесу

**в) основна стратегія компанії для прибуткового ведення бізнесу**

г) немає правильної відповіді

1. Які існують важелі бізнес-моделі?

а) ціноутворення

б) прибуток

в) витрати

**г) правильні відповіді а і в**

д) правильні відповіді б і в

1. Процес побудови бізнес -моделі та модифікація також називається…

**а) інновацією бізнес -моделі та є частиною бізнес -стратегії**

б) способом забезпечення цінності для споживачів

в) інновацією бізнес –моделі, яка не є частиною бізнес -стратегії

г) феноменом цифрової трансформації

1. Бізнес – моделі важливі для …

а) тільки для нових підприємств

б) тільки для створених підприємств

**в) і для нових, і для створених підприємств**

г) підприємств, які розробляються

1. Бізнес -модель описує обґрунтування того..

**а) як організація створює, надає та зберігає цінність в економічному, соціальному, культурному чи іншому контексті.**

б) як організація функціонує

в) як взагалі відбувається процесс створення моделей

г) як ця модель впливає на бізнес

1. Одним із способів оцінки успіху бізнес -моделі аналітиками та інвесторами є аналіз ..

а) конкурентоспроможності

б) функціонування на ринку

в) показників продукції

**г) валового прибутку компанії**

1. У теорії та практиці використовується термін бізнес –модель для широкого кола неофіційних та офіційних описів представляють основні аспекти бізнесу, в тому числі мета, бізнес -процес, цільові клієнти, пропозиції, стратегії, інфраструктуру, організаційні структури, пошук джерел, торгові практики та операційні процеси та політики, включаючи культуру.  
   **а) так**б) ні
2. Феномен цифрової трансформації (DT) став дуже популярним в останні роки.   
   **а) так**б) ні
3. Цифрові технології революційно змінили спосіб роботи, запровадивши поняття..

а) "Індустрія" або "розумна фабрика"

б) "Індустрія 20" або "розумна фабрика"

в) "Індустрія 3.0" або "розумна фабрика"

**г) "Індустрія 4.0"** або "розумна фабрика"

1. Типів бізнес -моделей стільки ж, скільки і видів бізнесу.   
   **а) так**  
   б) ні
2. Цифрова трансформація сприяє створенню нових бізнес -моделей.  
   **а) так**б) ні
3. Основним компонентом бізнес -моделі є [ціннісна пропозиція](https://www.investopedia.com/terms/v/valueproposition.asp).  
   **а) так**б) ні
4. Основним компонентом бізнес -моделі є ..

а) розробка продукції

**б) ціннісна пропозиція**

в) вартісна пропозиція

г) прибуток

1. Що допомагає інвесторам оцінити компанії, які їх цікавлять?

а) аналіз ринку

б) бізнес-модель

**в) бізнес-план**

г) дослідження продукції компаній

**Тема 2. Цифрова трансформація та дифузія інновацій: цифрові бізнес-моделі та фокусування на клієнтах**

1. Цифрова трансформація – це..

а) перехід цифровізації на новий рівень

**б) впровадження цифрових технологій для трансформації послуг або бізнесу**

в) створення нового продукту

г) розробка новітніх послуг

1. Загальний процес цифрової трансформації полягає в ..

а) визначенні потреб бізнесу

б) прийнятті процесів та технологій (інструментів), щоб задовольнити ці потреби

в) сприянні розвитку організаційної культури, яка може адаптуватися швидко до технологічних збоїв  
**г) усі відповіді правильні**

1. Зближення хмарних, мобільних, соціальних, когнітивних, великих даних/аналітики та IoT забезпечує платформу для різноманітних важливих трансформацій, включаючи перехід від традиційних бізнес-моделей, орієнтованих на цінність споживачів.  
   **а) так**  
   б) ні
2. Цифрову бізнес -модель можна визначити як модель, яка використовує цифрові технології вдосконалити кілька аспектів організації.

**а) так**

б) ні

1. Цифрова модель бізнесу присутня, коли цифрові технології відсутні та не допомагають підвищити її цінність пропозиціями.  
   а) так  
   **б) ні**
2. Цифрові бізнес-моделі мають..

а) 2 основні характеристики

**б) 4 основні характеристики**

в) 6 основних характеристик

г) 8 основних характеристик

1. Цифрова пропозиція – це..

а) допрацювання існуючих послуг або продуктів

б) апдейтинг існуючих послуг або продуктів

**в) доповнення до існуючих послуг або продуктів**

г) розробка продукту до існуючих послуг або продуктів

1. Цифрові бізнес моделі означають, що..

а) цінність створюється за допомогою цифрових технологій

б) моделі є новими на ринку  
в) може відбуватись залучення та розповсюдження цифрових клієнтів

г) USP створюється в цифровому вигляді

**д) усі відповіді правильні**

е) немає правильної відповіді

1. Цінність створюється за допомогою цифрових технологій.  
   **а) так**б) ні
2. Цифрові бізнес -моделі є новими на ринку.  
   **а) так**б) ні
3. Цифрові бізнес -моделі ніколи не базуються виключно на цифрових каналах.   
   а) так  
   **б) ні**
4. USP створюється в цифровому вигляді.  
   **а) так**б) ні

**Тема 3. Інноваційне управління: DOI**

1. Під організаційними інноваціями розуміється розробка нової організаційної стратегії, яка якимось чином змінить бізнес -практику компанії, а також спосіб організації її робочого місця та її стосунки із зовнішніми зацікавленими сторонами.

**а) так**  
б) ні

1. Інновація продукту - це ..  
   а) використання базових елементів  
   **б) впровадження нового або покращеного товару чи послуги**  
   в) зміна структури елементів  
   г) впровадження елементів без змін
2. Більше того, інноваційна продукція має бути доступною для потенційних користувачів, не обов’язково повинна стимулювати продажі.  
   а) так  
   **б) ні**
3. Маркетингова інновація xfpe означає розробку нової маркетингової стратегії, яка спричиняє зміни, наприклад, у тому, як продукт розроблений або упакований, або навіть інші рішення щодо ціни чи просування.  
   **а) так**б) ні
4. Еко-інновації-це   
   **а) інновація, що призвела до значного прогресу у досягненні цілей**[**сталого розвитку**б)](https://youmatter.world/en/definition/sustainable-development-sustainability/)інновація яка вносить зміни в еко-процесах  
   в) новітні інновації  
   г) інновації на розробку стратегій щодо змін у просуванні
5. Бізнес – інновації – це новий або вдосконалений продукт або бізнес -процес (або їх комбінація), який значно відрізняється від попередніх продуктів чи бізнес -процесів фірми і який був представлений на ринку або впроваджений використання фірмою.  
   **а) так**б) ні
6. Інновації в бізнесі складаються з організацій, які переважно НЕ орієнтовані на виробництво ринкових товарів та послуг.  
   а) так  
   **б) ні**
7. Інновації також відносять до:  
   а) більш новітніх процесів  
   б) загальних процесів  
   **в) руйнівних процесів**г) процесів прогресу
8. [Закриті інновації](https://open-organization.com/en/2009/10/25/golden-age-of-closed-innovation/) – це..  
   **а) коли компанія висуває нові ідеї виключно від своїх співробітників**б) коли компанія не висуває ідей  
   в) коли компанія тримає ідеї тільки між працівниками  
   г) нікому не відомі ідеї
9. Новатори - це люди, які хочуть першими спробувати інновацію  
   **а) так**б) ні
10. Ранні користувачі - це люди, які представляють лідерів думок.  
    **а) так**  
    б) ні
11. Рання більшість - ці люди рідко бувають лідерами, але вони сприймають нові ідеї перед звичайною людиною.  
    **а) так**б) ні
12. Пізня більшість - ці люди скептично ставляться до змін і приймуть новацію лише після того, як більшість випробує її.  
    **а) так**б) ні
13. Відсталі - ці люди пов'язані традиціями і дуже консервативні.  **а) так**б) ні
14. Встановіть відповідність:  
    а) Відносна перевага   
    б) Сумісність   
    в) Складність   
    г) Тривальність   
    д) Спостережливість   
      
    1) ступінь, в якому інновація дає відчутні результати  
    2) наскільки важко зрозуміти та/або використати інновацію  
    3) ступінь, на який інновація вважається кращою за ідею, програму чи продукт, які вона замінює  
    4) ступінь, до якого інновацію можна перевірити або експериментувати, перш ніж взяти на себе зобов’язання прийняти її  
    5) наскільки інновація відповідає цінностям, досвіду та потребам потенційних користувачів
15. Оберіть з твердження, правильні відповіді:  
      
    Існує кілька обмежень Теорії розповсюдження інновацій, які включають наступне:  
    **а) Більшість доказів цієї теорії, включаючи категорії усиновителів, не походять із охорони здоров’я населення, і вони не були розроблені для прямого застосування до прийняття нової поведінки чи інновацій у сфері охорони здоров’я**б) Це сприяє підходу до участі у прийнятті програми громадського здоров'я  
    **в) Це краще працює з прийняттям поведінки, а не припиненням чи запобіганням поведінці  
    г)** Для прийняття нової поведінки (чи інновації) враховуються ресурси чи соціальна підтримка окремої особи
16. Дифузія – це соціальний процес, який відбувається серед людей у ​​відповідь на дізнання про інновацію, таку як новий підхід, що ґрунтується на фактах, щодо розширення чи покращення медичної допомоги.   
    **а) так**б) ні
17. Архітектурні інновації - це просто взяти уроки, навички та загальні технології та застосувати їх на іншому ринку.   
    **а) так**  
    б) ні
18. Радикальні інновації - це те, про що ми думаємо переважно, розглядаючи інновації.   
    **а) так**  
    б) ні
19. Підривні інновації, також відомі як невидимі інновації, передбачають застосування нових технологій або процесів на поточному ринку вашої компанії.  
    **а) так**  
    б) ні

**Змістовий модуль 2. Стратегічне й операційне управління та цифрові бізнес-моделі: прикладний аспект**

**Тема 4. Бізнес-стратегії в цифровій економіці**

1. Цифрова стратегія – це..

а) стратегія  інструменту для вибору узгодженої політики розроблення і просування креативної ідеї, втіленої у конкретний продукт

б) принципові середньо- та довгострокові стратегії з відповідними способами та засобами, які визначають орієнтири та спрямовують окремі заходи

**в)** **стратегія перетворення фірми на цифрову, в якій цифровий зв'язок забезпечує взаємодію бізнес-організації зі своїми клієнтами, індивідуалізовані й персоналізовані пропозиції продуктів/послуг, прийняття рішень на основі даних, під впливом змін у зовнішньому та вну- трішньому середовищі фірми.**

г)  стратегія бізнес-одиниць, що визначає напрямок дій на забезпечення конкурентних переваг у конкретній сфері діяльності організації.

1. Цифрова стратегія зосереджена на використанні технологій для підвищення ефективності бізнесу, будь то створення нових продуктів або переосмислення поточних процесів.  
   **а) так**  
   б) ні
2. Цифрова стратегія – це і концепція, і річ.  
   **а) так**б) ні
3. Існує тенденція говорити про  [цифрову трансформацію](https://www.liferay.com/resources/l/digital-transformation)  взаємозамінно з цифровою стратегією  
   **а) так**  
   б) ні
4. Виберіть загальні елементи цифрової стратегії:

а) вибір лідера

б) атака проти захисту

в) прийняття вимірного підходу

г) доказ майбутнього

**д) усі відповіді правильні**

е) правильна відповідь б і г

1. Вплив лідера може не відповідати масштабам цифрової стратегії.  
   а) так  
   **б) ні**
2. Бізнес-стратегія - це:

а) вибір базової стратегії конкуренції щодо певної сфери бізнесу;

**б) кінцеве стан, бажаний результат, якого прагне досягти будь-яка організація;**

в) процес визначення цілей організації, а також шляхів їх досягнення;

г) суспільно значуща роль підприємства являє собою якісно виражену сукупність основних цілей бізнесу.

1. Цифрова стратегія часто включає процес оцінки того, чи справді нові технології доповнять чи розвинуть поточний бізнес.   
   **а) так**б) ні
2. Мета цифрової трансформації - створити відповідну основу для цифрового бізнесу.   
   **а) так**  
   б) ні
3. Цифрова стратегія має бути достатньо прозорливою для того, щоб пережити компанії через зміни в цифровій економіці, таким чином, щоб вона продовжувала приносити цифрову перевагу бізнесу.  
   **а) так**б) ні
4. Характеристики і властивості товару або марки, а також специфічні форми організації бізнесу, які забезпечують підприємству певну перевагу над своїми конкурентами: (може бути 2 правильні відповіді)

а) місія;

б) конкурентну перевагу;

**в) ключовий фактор успіху;**

**г) рушійна сила конкуренції.**

1. Конкурентні переваги бувають: ( 2 правильні відповіді)

**а) вузькими;**

б) широкими;

**в) внутрішніми;**

г) зовнішніми.

1. Передумови використання стратегії лідерства у витратах: ( 2 правильні відповіді)

а) масовий попит на продукцію фірми;

**б) особливий престиж торгової марки виробника;**

**в) попит еластичний за ціною;**

г) переважання нецінової конкуренції.

1. Передумови використання стратегії диференціації: ( 2 відповіді)

а) вузький сегмент ринку;

**б) особливий престиж торгової марки виробника;**

в) різноманітність потреб покупців;

**г) переважання цінової конкуренції.**

1. Передумови використання фокусування: ( декілька варіантів відповідей)

**а) масовий попит на продукцію фірми;**

**б) обмеженість ресурсів фірми;**

в) різноманітність потреб покупців;

**г) висока спеціалізація підприємства.**

1. Базові бізнес-стратегії по М. Портеру:

а) лідерство у витратах;

б) концентрація;

**в) інтеграція;**

г) диференціація.

1. Вибір обмеженою за масштабами сфери господарської діяльності з різко окресленим колом споживачів називається стратегією:

а) лідерства у витратах;

**б) диференціації;**

в) фокусування;

г) диверсифікації.

1. Здатність підприємства забезпечити унікальність і більш високу цінність продукту для покупця з точки зору рівня якості називається стратегією

**а) лідерства у витратах;**

б) диференціації;

в) фокусування;

г) диверсифікації.

**Тема 5. Проєктування бізнес-моделей: ресурсо-відкрита, безкоштовна, базована на підписці, фріміум, “на запит”, шерінгова, рекламо-підтримуюча, е-коммерс, з прихованими вигодами, монетизації даних користувачів**

1. Модель з відкритим кодом робить вільним доступ до програмного забезпечення та

загалом надає можливість спільноті програмістів зробити свій внесок..це

**а ) ресурсо-відкрита**  
б) безкоштовна

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

ж) е-коммерс

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Модель досить добре працює для продуктів, які швидко розширюються, приваблюють інвестиції для підтримки своєї інфраструктури в короткостроковій перспективі, а потім визначає її стратегія монетизації..це

а ) ресурсо-відкрита  
б) е-коммерс

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

**ж) безкоштовна**

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Ця модель забезпечує високий ріст вірусності.  
   а ) ресурсо-відкрита  
   б) е-коммерс

в) базована на підписці

**г) фріміум**

д) «на запит»

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Модель була впроваджена газетами та журналами, і зараз її використовують безліч різноманітних продуктів та послуг, до яких клієнт може отримати доступ, за певну виконану функцію.  
   а ) ресурсо-відкрита  
   б) е-коммерс

**в) базована на підписці**

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Модель можна монетизувати кількома способами: від передплати до плати за кожну транзакцію на платформи.

а ) ресурсо-відкрита  
б) е-коммерс

в) базована на підписці

г) фріміум

**д) «на запит»**

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Приватні клієнти мають спільний доступ до продуктів або послуг з іншими приватними клієнтами – платформа посередник.

а ) ресурсо-відкрита  
б) е-коммерс

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

**е) шерінгова**

є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Модель бізнесу електронної комерції є однією з найбільш використовуваних цифрових бізнес –моделей.

а ) ресурсо-відкрита  
**б) е-коммерс**

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова

є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Основний продукт можна купити та використати за хорошу ціну і задовольнити основні потреби.  
   а ) ресурсо-відкрита  
   б) е-коммерс

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова  
**є) рекламо-підтримуюча**

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
і) монетизації даних користувачів

1. Найпоширенішою є ця бізнес -модель у засобах масової інформації, послугах та інформаційних технологіях галузей промисловості.  
   а ) ресурсо-відкрита  
   б) е-коммерс

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

**з) з прихованими вигодами**  
і) монетизації даних користувачів

1. Ідея моделі полягає в наступному, для отримання доходу за наявними даними або в режимі реального часу потокових даних.

а ) ресурсо-відкрита  
б) е-коммерс

в) базована на підписці

г) фріміум

д) «на запит»

е) шерінгова  
є) рекламо-підтримуюча

ж) безкоштовна

з) з прихованими вигодами  
**і) монетизації даних користувачів**

**Тема 6. Імплементації бізнес-моделей як частина бізнес-операцій: канва клієнта**

1. Персональне полотно може бути використано..  
   а) для бізнес-моделі  
   б) для аналізу продукції

**в) для надання сегменту клієнта обличчя та імені**

г) для надання сегменту продукції назви

1. Бізнесом є:  
   а) служба в державних установах;  
   **б) діяльність, яка передбачає залучення власних коштів, або опосередковану участь у справі;**  
   в) робота по найму у компанії;  
   **г) володіння акціями компанії;  
   д) праця на власному підприємстві.**
2. Визначальними рисами бізнесу є:  
   **а) ініціативність;  
   б) самостійність у прийнятті рішень;  
   в) креативність;**г) відсутність ризиків у прийнятті рішень;  
   д) інертність.
3. Поняття: «бізнес» та «підприємництво» тотожні:  
   а) так;  
   **б) ні.**
4. Визначальні риси бізнесу:  
   а) ініціативність;  
   б) самостійність у прийнятті господарських рішень;  
   в) мобільність;  
   **г) орієнтація на потреби споживачів;  
   д)готовність до ризику та вміння їм керувати.**
5. Методологія канви бізнес-моделі пропонує описати бізнес, розклавши його на:  
   а) ключова діяльність та ключові партнери  
   б) ключові ресурси та ціннісна пропозиція  
   в) канали та відносини з клієнтами  
   г) сегменти користувачів, джерела доходів та структура витрат  
   **д) усі відповіді правильні**  
   е) правильна відповідь лише г

**Тема 7. Базовий рівень моделювання: мапа подорожі клієнта**

1. Мапа подорожі клієнта – це..  
   **а) це процес створення карти подорожі клієнта, візуальної історії взаємодії ваших клієнтів з вашим брендом**  
   б) це графічно зображений шлях клієнта з точки зору бізнесу  
   в) це шлях бізнес продукту  
   г) це процес виготовлення продукції
2. Істотним поняттям у мапах подорожей клієнтів є :  
   а) бізнес-модель  
   б) готова продукція  
   **в) особа**  
   г) процес
3. Чи має значення стать Особи?  
   а) так  
   **б) ні**
4. На діаграмах карт подорожей точки дотику зображують взаємодію:  
   а) точки залучення клієнтів  
   б) точки виготовлення продукції між організаціями  
   в) точки між різними організаціями та клієнтами  
   **г) точки між вашою організацією та вашими (потенційними) клієнтами**
5. Елементи точки дотику – це..  
   а) точки входу до кінцевого результату продукції  
   **б) точки входу до вашого процесу та програми**  
   в) точки входу на ринок  
   г) точки входу на конкурентне середовище

**Тема 8. Моделювання бізнес-процесів: BPMN**

1. Що таке бізнес - процес?  
   а) це набір заходів для виготовлення бізнес- моделі  
   б) це набір заходів для виконання будь-яких бізнес процесів  
   **в) це набір заходів, які виконуються в організації під координацією технічного середовища аби спільно реалізувати бізнес -мету**  
   г) це набір заходів для створення продукції
2. Бізнес – процеси є активами?  
   **а) так**  
   б) ні
3. "Актив" являє собою будь -яку статтю економічної вартості, що належить фізичній особі або корпорації, особливо те, що можна перетворити на гроші.  
   **а) так**  
   б) ні
4. До типів бізнес-процесів відносяться:  
   а) операційні процеси та процеси, які становлять основний бізнес та створюють основний потік вартості   
   б) процеси управління та процеси, які регулюють роботу системи

в) процеси, які підтримують основні процеси   
**г) правильна відповідь а,б,в**д) правильна відповідь б,в

1. Процеси – це матеріальні активи?  
   **а) так**  
   б) ні
2. Чи можемо ми «торкнутись» процесу?  
   а) так  
   **б) ні**
3. Що таке BPMN?  
   **а) модель бізнес-процесу та позначення**  
   б) модель, основа бізнес-моделі  
   в) основа бізнес-операції  
   г) частина бізнес-інновації
4. Бізнес -процес - сукупність пов’язаних, структурованих завдання, які виробляють конкретну послугу чи продукт для певної конкретної справи клієнта.  
   **а) так**  
   б) ні
5. Позначення - візуальна мова, яка використовується для представлення бізнес -процесу в діаграмі процесу.  
   **а) так**  
   б) ні
6. BPMN є найкращим моделюючим позначенням для бізнес -процесів.  
   **а) так**  
   б) ні
7. «Основна мета BPMN – забезпечити позначення, зрозуміле всім бізнес –користувачам.  
   **а) так**  
   б) ні
8. У сфері застосування BPMN:   
   а) моделювання бізнес –процесів  
   б) діаграми   
   в) синтаксис, семантика та візуал - зовнішній вигляд елементів процесу г) трибути та властивості, смислові елементи, представлені графічні елементи процесу  
   д) семантика виконання  
   е) правильні відповіді а,б,в,г,д  
   є) правильні відповіді б, в, д
9. Моделі процесу BPMN 2.0 найчастіше зустрічається при BPMN.  
   **а) так**  
   б) ні
10. Використовується загальний набір елементів BPMN - рівні «точності»:  
    а)основні або описові  
    б)аналітичний  
    в) виконаний  
    г) правильна відповідь а і б  
    д) правильна відповідь а і в  
    **е) правильні відповідь а,б,в**
11. Діаграми BPMN - це "графіки" елементів BPMN.  
    **а) так**  
    б) ні
12. Діяльність - це загальний вид роботи, яку виконують окрема особа чи компанія.  
    **а) так**  
    б) ні
13. Діяльність BPMN може бути тільки атомною.  
    а) так  
    **б) ні**
14. Шлюз використовується для розділення чи об’єднання кількох потоків процесів. Таким чином, він визначає розгалуження, роздвоєння, злиття та з'єднання шляхів бізнес -процесів.  
    **а)так**б) ні
15. Подія BPMN - це те, що «відбувається» під час процесу.  
    **а) так**  
    б) ні
16. Плаваючі елементи використовуються для визначення та організації процесів.  
    **а) так**  
    б) ні
17. Артефакти (використовуються для надання додаткової інформації про бізнес-модель.  
    а) так  
    **б) ні**
18. Об'єднуючі об'єкти з'єднують елементи в логічному порядку.  
    **а) так**б) ні

**Додаткові тести за темами**

1. Цифровизация процесів актуальна не тільки на рівні окремих підприємств: цілі галузі вибирають для себе цей шлях розвитку як єдину можливість відповідати стрімко мінливих умов навколишнього світу.  
   **а) так**  
   б) ні
2. Клієнти - один з основних драйверів цифровізації.   
   **а) так**б) ні
3. **Цифрова трансформація бізнес-процесів** спрямована на те, щоб компанії оперативно приймали рішення, блискавично адаптували роботу до вимог поточного моменту і задовольняли потреби клієнтів.  
   **а) так**б) ні
4. **Хмарні технології** не дозволяють працювати над одним проєктом кільком командам одночасно і ефективно використовувати ресурси компанії.  
   а) так  
   **б) ні**
5. Цифрова трансформація підприємства сприяє цьому завдяки прогресивним технологіям, наприклад, Big Data або Artificial Intelligence.  
   **а) так**  
   б) ні
6. Цифрова трансформація — це перетворення компанії на сучасну та ефективну в еру четвертої промислової революції, коли кількість верстатів уже не має значення.  
   **а) так**б) ні
7. Цифрова трансформація не завжди пов'язана з інноваціями та проривними технологіями.

а) так  
**б) ні**

1. Цифрова трансформація - це переведення документообігу та інших рутинних операцій в онлайн.  
   а) так  
   **б) ні**
2. Ідея цифрової трансформації — у створенні персоналізованої, індивідуальної пропозиції та доставці її клієнту зручним для нього способом.  
   **а) так**б) ні
3. Суть нової бізнес-моделі — це клієнтоорієнтованість, не уявна, а справжня.  
   **а) так**б) ні
4. Дифузія інновацій – це процес, за допомогою якого інновації поступово отримують визнання в соціальних системах.  
   **а) так**б) ні
5. Дифузія інновацій не відбувається серед членів соціальної системи поступово за допомогою каналів комунікації для їх адаптації, а через інші шляхи.  
   а) так  
   **б) ні**
6. Інновації – це процес організації цілеспрямованих і системних змін на підприємстві у напрямках виробництва нових чи вдосконалення існуючих товарів чи послуг, вдосконалення технологій виробництва товарів чи надання послуг, використання нової сировини чи засобів виробництва, вихід на нові ринки збуту.  
   **а) так**б) ні
7. Дослідження дифузії інновацій розпочалося в низці незалежних інтелектуальних анклавів у 40-50 роках ХХ століття.   
   **а) так**б) ні
8. Дифузія – це особливий тип комунікації, в якому передавань повідомлення стосується нової ідеї.  
   **а) так**б) ні
9. Дифузія - це процес передачі нововведення по комунікаційним каналам між членами соціальної системи в часі.  
   **а) так**  
   б) ні
10. Інші люди можуть дізнаватися про інновацію, роблячи певні кроки, тож їхнє ознайомлення - це пасивна діяльність.  
    а) так  
    **б) ні**
11. Дифузія через Інтернет надзвичайно не прискорює процес впровадження інновацій.  
    а) так  
    **б) ні**
12. CANVAS – це основа для бізнесу.  
    **а) так**б) ні
13. Business Model Canvas - шаблон на А3 для опису того, як компанія або проєкт / продукт створює цінність і заробляє на цьому.  
    **а) так**б) ні
14. Business Model Canvas включає опис ключових партнерів, каналів збуту, використовуваних ресурсів - того, чого поки що немає в стартапу або нового продукту.  
    **а) так**б) ні
15. Бізнес-модель Канва - інструмент стратегічного управління для нових або діючих підприємств, який допомагає швидко зануритися в бізнес.   
    **а) так**б) ні
16. Метою стратегічного аналізу є змістовний і більш-менш формальний опис об’єкта дослідження, виявлення особливостей, тенденцій, можливих і неможливих напрямків його розвитку.  
    **а) так**б) ні
17. До можливих шляхів досягнення підприємством конкурентної переваги не належать застосування вдалих іміджевих технологій.  
    а) так  
    **б) ні**
18. При визначенні місії підприємства надають характеристику продуктів або послуг.  
    **а) так**б) ні
19. До функціональних стратегій підприємства не належить стратегія управління персоналом.  
    а) так  
    **б) ні**
20. Конкурентні переваги підприємства є внутрішніми, якщо вони базуються на можливості підприємства забезпечити нижчі витрати виробництва товарів, ніж у конкурентів.  
    **а) так**б) ні
21. До завдань стратегічного контролю належить обґрунтування способів відбору стратегій.  
    а) так  
    **б) ні**
22. До функціональних належать стратегії, що визначають стратегічну орієнтацію такої підсистеми управління підприємством системи розробки та впровадження інноваційних продуктів.  
    **а) так**б) ні
23. Поняття “стратегічне управління” стосовно бізнесу почали використовувати:   
    а) у 50-60-ті роки ХХ ст. у США;  
    **б) у 60–70-ті роки ХХ ст. у США;**в) У 60-70-ТІ роки ХХ ст. у Німеччині;  
    г) у 40-50-ті роки ХХ ст. у Німеччині.
24. Для підприємств галузі, що перебуває на стадії зростання, найбільш доцільним є застосування такої стратегії:   
    а) зниження витрат виробництва  
    б) зниження витрат збуту  
    в) вихід на нові ринки  
    **г) усі відповіді правильні**
25. Послідовність етапів становлення та розвитку стратегічного управління охоплює:   
    а) бюджетування  
    б) довгострокове планування  
    в) стратегічне планування і стратегічний менеджмент  
    **г) усі відповіді правильні**
26. Стратегія організації – це генеральна довгострокова програма дій та порядок розподілу ресурсів організації для досягнення її цілей.  
    **а) так**  
    б) ні
27. Концепція стратегічного управління передбачає взаємозв'язок таких управлінських процесів, як аналіз макро-, мікросередовища та внутрішнього середовища, визначення місії та цілей, вибір стратегії, її реалізація та оцінювання, контроль.  
    **а) так**б) ні
28. Поняття "управління за результатами" визначається як сукупність систем управління та розвитку, за допомогою яких досягається результат.  
    **а) так**  
    б) ні
29. Стратегічне планування – не є процесом створення та підтримування стратегічної відповідності між цілями підприємства та його можливостями.  
    а) так  
    **б) ні**
30. Послідовність дій в межах стратегічного управління охоплює:  
    а) визначення місії   
    б) визначення цілей   
    в) вибір стратегії  
    **г) усі відповіді правильні**
31. Вибір стратегії не здійснюється на основі оцінки внутрішнього потенціалу підприємства, порівняння перспектив розвитку в різних видах діяльності, встановлення пріоритетів цілей.  
    а) так  
    **б) ні**
32. Ділова (бізнес-) стратегія визначає шляхи досягнення підприємством бажаного результату (стабілізації (обмеженого зростання), зростання, скорочення) в конкретному бізнесі чи секторі бізнесу, в конкретному продуктово-ринковому сегменті.  
    **а) так**б) ні
33. Цифрова трансформація бізнесу (ЦТ) – це  перехід процесів і технологій компанії на більш сучасні та ефективні рішення.   
    **а) так**б) ні
34. Основа трансформації – це останні технології і інновації.  
    **а) так**б) ні
35. Цифрова трансформаціяформує нові бізнес моделі, які орієнтуються на клієнтські потреби.

**а) так**

б) ні

1. Цифрова бізнес -модель - це форма створення вартості на основі розвитку переваг для споживачів за допомогою цифрових технологій.   
   **а) так**  
   б) ні
2. Мета цифрового рішення - створити значну перевагу, за яку клієнти готові платити.  
   **а) так**б) ні
3. Бізнес –модель не характеризується [інноваціями в галузі](https://innolytics-innovation.com/what-is-business-innovation/) цифрового [бізнесу](https://innolytics-innovation.com/what-is-business-innovation/) .   
   а) так  
   **б) ні**
4. Цифрові бізнес -моделі базуються на нових послугах на ринку.  
   **а) так**  
   б) ні
5. Залучення та розповсюдження клієнтів не базується на цифрових каналах.  
   а) так  
   **б) ні**
6. Цифрові бізнес -моделі не створюють унікальну цінність для клієнтів, яку можна монетизувати.  
   а) так  
   **б) ні**
7. За допомогою моделі Freemium, клієнти безкоштовно отримують частини цифрового  
   сервісу  
   **а) так**  
   б) ні
8. Модель Freemium не дотримується принципу стандартизації компетенці.  
   а) так  
   **б) ні**
9. Модель ринку може працювати окремо або являти собою розширення існуючої пропозиції компанії.   
   **а) так**  
   б) ні
10. Цифрова бізнес -модель є результатом взаємодії між потребами клієнтів та можливими доступними технологіями.   
    **а) так**б) ні
11. У чому полягає основна мета розробки інвестиційного проєкту?  
    а) вибір оптимального варіанта технічного переозброєння підприємства  
    **б)** **обгрунтування технічної можливості та доцільності створення об'єкта підприємницької діяльності**в) отримання прибутку при вкладенні капіталу в об'єкт підприємницької діяльності  
    г) проведення фінансового оздоровлення
12. Бізнес-модель це загальний опис компанії, плюс дії зі створення і розповсюдження цінностей / системне рішення про розробку нового продукту з орієнтацією на клієнта і його цінності?  
    **а) так**  
    б) ні
13. Business Model Canvas або шаблон (канва) бізнес-моделі це спосіб візуального представлення основних базових елементів, які розкривають логіку обраного компанією способу отримання прибутку?  
    **а) так**б) ні
14. Ітерація це значна зміна одного або декількох елементів в шаблоні бізнес-моделі?  
    а) так  
    **б) ні**
15. Розворот – це значна зміна одного або декількох з дев'яти елементів в шаблоні бізнес-моделі?  
    **а) так**б) ні
16. Гіпотези – не обґрунтовані припущення,які стосуються бізнес-моделей.  
    а) так  
    **б) ні**

1. Споживчі сегменти - елементи бізнес-моделі, в яких надається характеристика групи людей чи організацйї, яких планується залучати та обслуговувати.  
   **а) так**б) ні
2. Ціннісна пропозиція – це елемент бізнес-моделі, в якому надається характеристика товарів та послуг , які мають цінність для певного споживчого сегменту?  
   **а) так**б) ні
3. Канали збуту – це елемент бізнес-моделі, в якому надається характеристика способи взаємодії компанії зі споживчими сегментами і доведення ціннісної пропозиції.  
   **а) так**  
   б) ні
4. Взаємодія з клієнтами – це елемент бізнес-моделі, в якому надається характеристика відносин, які встановлюються в компанії з окремими споживчими сегментами.  
   **а) так**  
   б) ні
5. Потоки доходів це елемент бізнес-моделі, в якому не надається характеристика матеріальні прибутки, які компанія отримує від кожного споживчого сегменту.  
   а) так  
   **б) ні**
6. Ключові ресурси – це елемент бізнес-моделі, в якому надається характеристика найбільш важливі активи, необхідні для функціонування бізнес-моделі.  
   **а) так**  
   б) ні
7. Ключові види діяльності – це елемент бізнес-моделі, в якому надається характеристика дій , необхідних для реалізації бізнес-ідеї.  
   **а) так**  
   б) ні
8. Ключові партнери – це елемент бізнес-моделі, в якому надається характеристика сукупність постачальників і партнерів, завдяки яким функціонує бізнес-модель.  
   **а) так**б) ні
9. Статті витрат – це елемент бізнес-моделі, в якому не надається перелік витрати, пов'язані з реалізацією бізнес-ідеї.  
   а) так  
   **б) ні**
10. Тестування бізнес-моделі – це процес перевірки гіпотез закладених у шаблон бізнес моделі, який реалізується на базі використання ітеративного підходу.  
    **а) так**б) ні
11. Гнучка розробка – це методологія розробки товарів та послуг на базі зворотного зв'язку з ринком і споживачем за допомогою розворотів і ітерацій.  
    **а) так**б) ні
12. Встановіть відповідність:  
    а) Новатори   
    б) Ранні користувачі   
    в) Рання більшість   
    г) Пізня більшість  
    д) Відсталі  
      
    1) це люди, які представляють лідерів думок. Вони користуються керівними ролями і охоплюють можливості змін. Вони вже усвідомлюють необхідність змін, і тому їм дуже зручно приймати нові ідеї. Стратегії звернення до цієї групи населення включають інструкції та інформаційні листи щодо впровадження. Їм не потрібна інформація, щоб переконати їх змінитися  
    2) ці люди рідко бувають лідерами, але вони сприймають нові ідеї перед звичайною людиною. Тим не менш, вони, як правило, повинні бачити докази того, що інновація працює, перш ніж вони захочуть її прийняти. Стратегії звернення до цієї групи населення включають історії успіху та свідчення ефективності інновації  
    3) ці люди пов'язані традиціями і дуже консервативні. Вони дуже скептично ставляться до змін і є найскладнішою групою для залучення. Стратегії звернення до цього населення включають статистику, заклики до страху та тиск з боку людей інших груп усиновлювачів  
    4) це люди, які хочуть першими спробувати інновацію. Вони сміливі і зацікавлені новими ідеями. Ці люди дуже готові ризикувати і часто першими розробляють нові ідеї. Дуже мало, якщо взагалі що -небудь, потрібно зробити, щоб привабити це населення  
    5) ці люди скептично ставляться до змін і приймуть новацію лише після того, як більшість випробує її. Стратегії звернення до цієї групи населення включають інформацію про те, скільки інших людей випробували інновацію та успішно її впровадили.