

 **МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**

**ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО**

**Факультет економіки та бізнесу**

**Кафедра «Обліку і оподаткування»**

**ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ**

**з навчальної дисципліни**

**«Цифрова ефективність у бізнесі та економіці»**

для здобувачів ступеня вищої освіти «Магістр»

зі спеціальності ***071 «Облік і оподаткування»***

**Мелітополь, 2022 р.**

**Цифрова ефективність у бізнесі та економіці** Тестові завдання для здобувачів ступеня вищої освіти «Магістр» зі спеціальності 071 «Облік і оподаткування». – Мелітополь, ТДАТУ, 2022 р. – 18 с.

**Розробники:**

**Кюрчев Володимир Миколайович**, д.т.н., професор кафедри експлуатації та технічного сервісу машин, ТДАТУ

**Трачова Дар’я Миколаївна** - д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування ТДАТУ ,

**Мазур Наталія Анатоліївна** - д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки підприємства КПНУ

**Рецензент:**

**Prof. Dr. Gregor Polančič -** Senior Research Fellow and Associate Professor in BPM | IS | IT at the University of Maribor;

# Хаджинова Олена Вікторівна - д.е.н., професор, директор ННІЕМ ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет»

Розглянуто та рекомендовано до друку на засіданні кафедри фінансів, обліку і оподаткування

Протокол № 11 від « 07» червня 2022 року

Завідувач кафедри фінансів, обліку і оподаткування

д.е.н, професор \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Олег СОКІЛ

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

© Мазур Н.А.., 2022 рік

**Тести**

1. Віртуальна (цифрова) валюта (гроші), яка захищена за допомогою криптографічних технологій

електронний платіжний засіб

електронні гроші

криптовалюти

блокчейн

2. Економіка спільного користування (sharing economy) – це соціоекономічна система, заснована на:

приватній власності на фізичні ресурси;

спільному користуванні людськими та фізичними ресурсами, а не на володінні ними;

глобалізації ринку праці;

міжнародних економічних відносинах;

економіці знань.

3. Цифрова економіка насамперед характеризується:

діяльністю, в якій ключовими засобами виробництва є цифрові дані

приватною власністю

товарно-грошовими відносинами

свободою підприємництва

свободою підприємництва і вибору

4. Ключовим ресурсом цифрової економіки є:

данні, що генеруються та забезпечують електронно-комунікаційну взаємодію завдяки функціонуванню електронно-цифрових пристроїв, засобів та систем;

неструктуровані дані;

природні ресурси;

земля, праця, капітал;

людські ресурси.

5. Насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами та налагодження електронно-комунікаційного обміну між ними, що фактично уможливлює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір – це:

цифровізація;

зростання кіберзлочинності;

інтернет речей;

штучний інтелект;

індустріальний інтернет речей.

6. Цифрова економіка насамперед характеризується:

діяльністю, в якій ключовими засобами виробництва є цифрові дані;

приватною власністю;

товарно-грошовими відносинами;

свободою підприємництва;

свободою підприємництва і вибору.

7. Що не відноситься до характерних ознак цифрової економіки:

широке застосування ІКТ та мережі Інтернет в економічних процесах

використання електронного документообігу

формування єдиного інформаційного простору між учасниками економічних відносин

інформаційна й економічна інтеграції країн

зростання валового внутрішнього продукту за рахунок промислового виробництва.

8. Мережа, що складається із взаємопов’язаних фізичних об’єктів (або речей) або пристроїв, які мають вбудовані датчики та сенсори, а також програмне забезпечення, що дає можливість здійснювати взаємодію фізичних речей із комп’ютерними системами та мережами, зокрема Інтернетом:

технологія розподіленого реєстру

мобільні технології

адитивні технології

кіберсистема

інтернет речей (Internet of things)

9. Віртуальна (цифрова) валюта (гроші), яка захищена за допомогою криптографічних технологій

електронний платіжний засіб

електронні гроші

криптовалюти

блокчейн

10. Діяльність із видобутку криптовалюти шляхом обчислення інформації

майнінг

фішинг

блокчейн

банк-челенджер

11. Абревіатура B2G означає модель ведення бізнесу:

автоматизація відносин і документообігу між державними відомствами;

надання послуг державними органами бізнес-організаціям;

надання урядовими установами послуг кінцевим споживачам через Інтернет;

надання громадянами послуг державі;

бізнес між приватними компаніями і урядовими організаціями.

12. Абревіатура G2C означає модель ведення бізнесу:

автоматизація відносин і документообігу між державними відомствами;

надання послуг державними органами бізнес-організаціям;

надання урядовими установами послуг кінцевим споживачам через Інтернет;

надання громадянами послуг державі;

бізнес між приватними компаніями і урядовими організаціями.

13. Абревіатура G2G означає модель ведення бізнесу:

автоматизація відносин і документообігу між державними відомствами;

надання послуг державними органами бізнес-організаціям;

надання урядовими установами послуг кінцевим споживачам через Інтернет;

надання громадянами послуг державі;

бізнес між приватними компаніями і урядовими організаціями.

14. Абревіатура В2G означає модель ведення бізнесу:

споживач для держави;

держава для держави;

бізнес для держави;

бізнес для бізнесу;

споживач для споживача.

15. Абревіатура В2В означає модель ведення бізнесу:

бізнес для споживача;

бізнес для бізнесу;

споживач для споживача;

споживач для бізнесу;

бізнес для держави.

16. Абревіатура В2С означає модель ведення бізнесу:

бізнес для споживача;

бізнес для бізнесу;

споживач для споживача;

споживач для бізнесу;

бізнес для держави.

17. Абревіатура С2G означає модель ведення бізнесу:

споживач для держави;

держава для держави;

бізнес для держави;

бізнес для бізнесу;

споживач для споживача.

18. Абревіатура С2В означає модель ведення бізнесу:

споживач для держави;

держава для держави;

бізнес для держави;

споживач для бізнесу;

споживач для споживача.

19. Абревіатура С2С означає модель ведення бізнесу:

бізнес для споживача;

бізнес для бізнесу;

споживач для споживача;

споживач для бізнесу;

бізнес для держави.

20. До суб’єктів інтернет-відносин належать:

оператори та провайдери телекомунікацій

виробники, власники і розповсюджувачі інформації та інформаційних ресурсів

споживачі (користувачі) телекомунікаційних послуг

суб’єкти, які надають специфічні послуги з укладання електронних (мережевих) угод (договорів) за допомогою мережі Інтернет

всі відповіді вірні

21. Контент – це:

будь-яка інформація, з якою користувач може ознайомитися в мережі Інтернет

„всесвітня павутина”

один з багатьох видів розподілених систем, що надають можливість доступу користувачам мережі Інтернет

правила передачі даних між вузлами комп’ютерної мережі

інструмент поширення інформації

22. Узагальнено доставку контенту кінцевому користувачу (споживачу) можна представити у наступному вигляді:

„автор аудіовізуального контенту” – „протокол” – „споживач аудіовізуального контенту” – „посередники”

„автор аудіовізуального контенту” – „посередники” – „споживач аудіовізуального контенту”

„автор аудіовізуального контенту” – „споживач аудіовізуального контенту”

23. Інфраструктурні платформи:

здійснюють розроблення програмних та апаратних рішень, результатом їх діяльності є програмний продукт, основний споживач – розробник прикладного програмного забезпечення

основним видом діяльності є надання IT-сервісів, а результатом діяльності – інформація, необхідна для прийняття рішення, основним бенефіціаром є замовник IT-сервісу

основним видом діяльності є обмін комерційною інформацією, товарами, а результатом діяльності – транзакції, угоди, обмін товарами та послугами; основним бенефіціаром є кінцевий споживач на ринку, котрий вирішує своє бізнес-завдання

24. Цифрова платформа здатна створювати 3 види цінностей:

мережеві ефекти, великий грошовий потік, використання великих даних

ухиляння від правил та умов, усунення зайвих дій та усунення посередництва

цінність економії на витратах; цінність досвіду; цінність співучасті

25. Інформаційно-комунікаційні технології, що базуються на використанні мобільних пристроїв, мобільних додатків і сервісів та засобів мобільного зв’язку (GSM, WAP,GPRS, Biuetooth, Wi-Fi):

технології ідентифікації;

мобільні технології;

безпілотні технології;

інтернет речей (Internet of things);

квантові технології.

26. Група технологій та методів, за допомогою яких аналізують та обробляють величезну кількість даних, як структурованих так і неструктурованих, для отримання якісно нових знань:

хмарні обчислення (Cloud Computing);

адитивні технології

безпаперові технології

великі дані (Big Data)

штучний інтелект (Аrtificial Іntelligence)

27. Модель забезпечення повсюдного та зручного доступу на вимогу через мережу до спільного пулу обчислювальних ресурсів, що підлягають налаштуванню (наприклад, до комунікаційних мереж, серверів, засобів збереження даних, прикладних програм та сервісів), і які можуть бути оперативно надані та звільнені з мінімальними управлінськими затратами та зверненнями до провайдера:

хмарні обчислення (Cloud Computing);

адитивні технології

безпаперові технології

великі дані (Big Data)

штучний інтелект (Аrtificial Іntelligence)

28. Розподілений публічний реєстр, заснований на сучасних криптографічних алгоритмах, що містить базу даних про всі раніше здійснені операції, який носить децентралізований характер, міститься в публічних джерелах Мережі:

технології ідентифікації;

мобільні технології;

блокчейн (Blockchain);

інтернет речей (Internet of things);

квантові технології.

29. Сукупність технологій створення інтелектуальних комп’ютерних програм, інтелектуальних машин, інженерних систем, що здатні здобувати, обробляти та застосовувати знання та вміння:

хмарні обчислення (Cloud Computing);

адитивні технології

безпаперові технології

великі дані (Big Data)

штучний інтелект (Аrtificial Іntelligence)

30. Експерти Deloitte University запропонували наступну класифікацію цифрових платформ:

інноваційні платформи, інтеграційні платформи, інвестиційні платформи, платформи для здійснення транзакцій

пошукові системи, соціальні мережі, платформи для електронної комерції, магазини купівлі додатків, сайти порівняння цін

агреговані платформи, соціальні платформи, навчальні платформи, мобілізаційні платформи

31. За класифікацією The Center for Global Enterprise можна виділити такі групи цифрових платформ:

інноваційні платформи, інтеграційні платформи, інвестиційні платформи, платформи для здійснення транзакцій

пошукові системи, соціальні мережі, платформи для електронної комерції, магазини купівлі додатків, сайти порівняння цін

агреговані платформи, соціальні платформи, навчальні платформи, мобілізаційні платформи

32. Інструментальні платформи

здійснюють розроблення програмних та апаратних рішень, результатом їх діяльності є програмний продукт, основний споживач – розробник прикладного програмного забезпечення

основним видом діяльності є надання IT-сервісів, а результатом діяльності – інформація, необхідна для прийняття рішення, основним бенефіціаром є замовник IT-сервісу

основним видом діяльності є обмін комерційною інформацією, товарами, а результатом діяльності – транзакції, угоди, обмін товарами та послугами; основним бенефіціаром є кінцевий споживач на ринку, котрий вирішує своє бізнес-завдання

33. Комплекс технологій, продуктів та процесів, що забезпечують обчислювальні, телекомунікаційні та мережеві можливості на цифровій основі:

цифрові фірми

цифрова корпорація

цифрова екосистема

цифрова платформа

цифрові інфраструктури

34. Прикладні платформи:

здійснюють розроблення програмних та апаратних рішень, результатом їх діяльності є програмний продукт, основний споживач – розробник прикладного програмного забезпечення

основним видом діяльності є надання IT-сервісів, а результатом діяльності – інформація, необхідна для прийняття рішення, основним бенефіціаром є замовник IT-сервісу

основним видом діяльності є обмін комерційною інформацією, товарами, а результатом діяльності – транзакції, угоди, обмін товарами та послугами; основним бенефіціаром є кінцевий споживач на ринку, котрий вирішує своє бізнес-завдання

35. Спільнота, що виникає в результаті поєднання повсякденного використання цифрової платформи та її застосувань своїми клієнтами, розробниками додатків, торговцями та агентами, які володіють навичками та процедурами, набутими завдяки цим звичаям – це:

цифрова фірма

цифрова корпорація

цифрова екосистема

смарт-фірма

цифрова інфраструктура

36. Цінність (продукт) як складова моделі бізнесу визначає:

для кого створюється продукт; які споживачі є найціннішими;

який продукт постачається клієнтові; на вирішення яких проблем клієнта спрямований бізнес; які потреби клієнта задовольняє бізнес; який набір продуктів та сервісів призначений для кожного сегменту ринку;

якими каналами збуту користуватися для окремих сегментів; якими каналами бізнес користується зараз; який зв'язок між каналами поширення; які з каналів працюють найкраще; які з каналів найефективніші по затратах; як канали збуту інтегровані зі структурами замовника (споживача);

які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

37. Сукупність технологічних рішень (технологій), які створюють основу для функціонування спеціалізованої системи цифрової взаємодії, що знижують вартість витрат на транзакції та нівелюють роль посередника:

цифрова платформа

цифрові технології

цифрова економіка

38. Цифрові інфраструктури як основа цифрової економіки поділяються на:

опорні та основні

локальні та глобальні

основні та другорядні

опорні (тверді) та сервісні (м’які)

вірна відповідь відсутня

39. RegTech (Регуляторні технології):

технології в сфері надання фінансових послуг, що використовуються для виконання таких задач: ідентифікація клієнтів і перевірка даних; автоматизація обробки даних і відповідність стандартам; захист даних; аналіз ризиків і пропозиція можливих рішень

технології, що застосовуються в фінансових установах, або використовуються для того, щоб допомогти компаніям керувати фінансовою складовою свого бізнесу, включаючи нові програми та додатки, процеси та бізнес-моделі

технології, що застосовуються в компаніях, які пропонують фінансові продукти та послуги на основі доступних технічних рішень

40. Канали збуту (поширення) як складова моделі бізнесу визначає:

для кого створюється продукт; які споживачі є найціннішими;

який продукт постачається клієнтові; на вирішення яких проблем клієнта спрямований бізнес; які потреби клієнта задовольняє бізнес; який набір продуктів та сервісів призначений для кожного сегменту ринку;

якими каналами збуту користуватися для окремих сегментів; якими каналами бізнес користується зараз; який зв'язок між каналами поширення; які з каналів працюють найкраще; які з каналів найефективніші по затратах; як канали збуту інтегровані зі структурами замовника (споживача);

які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

41. Отримання виручки (грошові потоки) як складова моделі бізнесу визначає:

для кого створюється продукт; які споживачі є найціннішими;

який продукт постачається клієнтові; на вирішення яких проблем клієнта спрямований бізнес; які потреби клієнта задовольняє бізнес; який набір продуктів та сервісів призначений для кожного сегменту ринку;

якими каналами збуту користуватися для окремих сегментів; якими каналами бізнес користується зараз; який зв'язок між каналами поширення; які з каналів працюють найкраще; які з каналів найефективніші по затратах; як канали збуту інтегровані зі структурами замовника (споживача);

які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

42. Підпункт «ключові партнери» як складова моделі бізнесу визначає:

які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;

якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче;

які види діяльності потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); функціонування каналів поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потік виручки;

яких основних ресурсів потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

43. Підпункт «ключова діяльність» як складова моделі бізнесу визначає:

які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;

якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче;

які види діяльності потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); функціонування каналів поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потік виручки;

яких основних ресурсів потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

44. Підпункт «основні ресурси» як складова моделі бізнесу визначає:

які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;

якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче;

які види діяльності потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); функціонування каналів поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потік виручки;

яких основних ресурсів пкаотребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

45. Підпункт «Споживач» як складова моделі бізнесу визначає:

для кого створюється продукт; які споживачі є найціннішими;

який продукт постачається клієнтові; на вирішення яких проблем клієнта спрямований бізнес; які потреби клієнта задовольняє бізнес; який набір продуктів та сервісів призначений для кожного сегменту ринку;

якими каналами збуту користуватися для окремих сегментів; якими каналами бізнес користується зараз; який зв'язок між каналами поширення; які з каналів працюють найкраще; які з каналів найефективніші по затратах; як канали збуту інтегровані зі структурами замовника (споживача);

які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

46. Підпункт «стосунки із замовниками (споживачами)» як складова моделі бізнесу визначає:

які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;

якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче;

які види діяльності потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); функціонування каналів поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потік виручки;

яких основних ресурсів потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;

які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу.

47. Підпункт «структура витрат» як складова моделі бізнесу визначає:

які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;

якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче;

які види діяльності потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); функціонування каналів поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потік виручки;

яких основних ресурсів потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

48. Стосунки із замовниками (споживачами) як складова моделі бізнесу визначає:

для кого створюється продукт; які споживачі є найціннішими;

який продукт постачається клієнтові; на вирішення яких проблем клієнта спрямований бізнес; які потреби клієнта задовольняє бізнес; який набір продуктів та сервісів призначений для кожного сегменту ринку;

якими каналами збуту користуватися для окремих сегментів; якими каналами бізнес користується зараз; який зв'язок між каналами поширення; які з каналів працюють найкраще; які з каналів найефективніші по затратах; як канали збуту інтегровані зі структурами замовника (споживача);

які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

49. «Інформація та уміння працювати з даними» як сфера цифрової компетентності громадян 2.0 містить:

Розв’язання технічних проблем; визначення потреб і технологічних заходів реагування; творче використання цифрових технологій; виявлення прогалин у цифровій компетентності

Захист пристроїв; захист персональних даних і приватності; захист здоров’я і благополуччя; захист навколишнього середовища

Розробка цифрового контенту; інтеграція та перероблення цифрового контенту; авторське право і ліцензії; програмування

Взаємодія за допомогою цифрових технологій; обмін за допомогою цифрових технологій; реалізація громадянської позиції за допомогою цифрових технологій; співробітництво за допомогою цифрових технологій; мережевий етикет; управління цифровою ідентичністю

Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту; оцінка даних, інформації та цифрового контенту; управління даними, інформацією та цифровим контентом

50. Компетентності визначаються як комбінація:

знань, навичок та ставлень

знань, умінь та Hard skills

Soft skills та Hard skills

51. Цифрові компетенції – це:

сукупність знань, здібностей, особливостей характеру і поведінки, які необхідні для того щоб людина могла використовувати ІКТ та цифрові технології для досягнення цілей у своєму особистому або професійному житті

комплекс неспеціалізованих надпрофесійних навичкок, які відповідають за успішну участь у робочому процесі і високу продуктивність, зокрема креативність, колаборативність, критичне мислення, когнітивна гнучкість

професійні навички, тобто те, що можна вивчити і що можна протестувати, а підтвердженням є сертифікат або диплом.

52. Цифрова компетентність НЕ включає:

цифрову та інформаційну грамотність, комунікацію та співпрацю

створення цифрового контенту (зокрема програмування)

кібербезпеку та вирішення проблем

математичну компетентність та компетентність у науках, технологіях та інженерії

вірна відповідь відсутня

53. «Безпека» як сфера цифрової компетентності громадян 2.0 містить:

Розв’язання технічних проблем; визначення потреб і технологічних заходів реагування; творче використання цифрових технологій; виявлення прогалин у цифровій компетентності

Захист пристроїв; захист персональних даних і приватності; захист здоров’я і благополуччя; захист навколишнього середовища

Розробка цифрового контенту; інтеграція та перероблення цифрового контенту; авторське право і ліцензії; програмування

Взаємодія за допомогою цифрових технологій; обмін за допомогою цифрових технологій; реалізація громадянської позиції за допомогою цифрових технологій; співробітництво за допомогою цифрових технологій; мережевий етикет; управління цифровою ідентичністю

Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту; оцінка даних, інформації та цифрового контенту; управління даними, інформацією та цифровим контентом

54. «Комунікація та співробітництво» як сфера цифрової компетентності громадян 2.0 містить:

Розв’язання технічних проблем; визначення потреб і технологічних заходів реагування; творче використання цифрових технологій; виявлення прогалин у цифровій компетентності

Захист пристроїв; захист персональних даних і приватності; захист здоров’я і благополуччя; захист навколишнього середовища

Розробка цифрового контенту; інтеграція та перероблення цифрового контенту; авторське право і ліцензії; програмування

Взаємодія за допомогою цифрових технологій; обмін за допомогою цифрових технологій; реалізація громадянської позиції за допомогою цифрових технологій; співробітництво за допомогою цифрових технологій; мережевий етикет; управління цифровою ідентичністю

Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту; оцінка даних, інформації та цифрового контенту; управління даними, інформацією та цифровим контентом

55. «Створення цифрового контенту» як сфера цифрової компетентності громадян 2.0 містить:

Розв’язання технічних проблем; визначення потреб і технологічних заходів реагування; творче використання цифрових технологій; виявлення прогалин у цифровій компетентності

Захист пристроїв; захист персональних даних і приватності; захист здоров’я і благополуччя; захист навколишнього середовища

Розробка цифрового контенту; інтеграція та перероблення цифрового контенту; авторське право і ліцензії; програмування

Взаємодія за допомогою цифрових технологій; обмін за допомогою цифрових технологій; реалізація громадянської позиції за допомогою цифрових технологій; співробітництво за допомогою цифрових технологій; мережевий етикет; управління цифровою ідентичністю

Перегляд, пошук і фільтрація даних, інформації та цифрового контенту; оцінка даних, інформації та цифрового контенту; управління даними, інформацією та цифровим контентом

56. До причин, що викликають необхідність формування цифрових компетенцій, НЕ відносяться:

виникнення нового типу промислового виробництва, яке започатковується на великих даних та їхньому аналізі, повній автоматизації виробництва, технологіях доповненої реальності, Інтернеті речей

докорінні зміни бізнес-процесів на основі інформаційно-комунікаційних технологій

автоматизація робочих місць

всі відповіді вірні

вірна відповідь відсутня

57. Документ, інформація в якому створена та збережена за допомогою електронних даних, що генеруються комп'ютерними засобами

електронний документ;

електронний підпис;

позначка часу;

біометричні дані;

електронний документообіг.

58. Підпункт «ключова діяльність» як складова моделі бізнесу визначає:

які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;

якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче;

які види діяльності потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); функціонування каналів поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потік виручки;

яких основних ресурсів потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності (продукту); канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;

за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку.

59. Основними елементами електронного документообігу є:

електронний підпис; біометричні дані; позначка часу;

позначка часу і місця; біометричні дані; електронний документ; електронний підпис;

електронний документ; електронний підпис;

електронний документ; електронний підпис; позначка часу;

позначка часу і місця; електронний документ; електронний підпис.

60. Сукупність процесів створення, обробки, погодження, надсилання, отримання, а також зберігання електронних документів, що здійснюється у цифровому форматі

електронний документ;

електронний підпис;

позначка часу;

біометричні дані;

електронний документообіг.