

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор
Дата подписания: 30.06.2025 14:18:15
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Форма оценочного материала для промежуточной аттестации

Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине

Бизнес-аналитика, 2 семестр

Код, направление подготовки	38.04.01 Экономика
Направленность (профиль)	Экономика фирмы и предпринимательство
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Экономических и учетных дисциплин
Выпускающая кафедра	Экономических и учетных дисциплин

Типовые задания для контрольной работы:
Контрольный тест:

1. Какова основная цель бизнес-аналитики?

- a) управление проектами
- b) оптимизация бизнес-процессов
- c) маркетинговые исследования
- d) управление финансами
- e) разработка программного обеспечения

2. Какие навыки необходимы бизнес-аналитику?

- a) программирование
- b) визуализация данных
- c) проектирование интерфейсов
- d) маркетинговые исследования
- e) все вышеперечисленное

3. Какие методы анализа данных используются в бизнес-аналитике?

- a) SWOT-анализ
- b) машинное обучение
- c) SWOT-анализ и машинное обучение
- d) регрессионный анализ
- e) анализ финансовых отчетов

4. Что представляет собой бизнес-процессное моделирование?

- a) визуализация и анализ бизнес-процессов
- b) разработка программного обеспечения
- c) маркетинговые исследования
- d) оптимизация бизнес-процессов
- e) управление проектами

5. Какие требования определяют, как должна работать система или продукт?

- a) функциональные требования
- b) нефункциональные требования
- c) бизнес-требования
- d) технические требования
- e) все вышеперечисленное

6. Какая роль бизнес-аналитика в организации?

- a) управление проектами
- b) разработка программного обеспечения
- c) анализ бизнес-процессов
- d) маркетинговые исследования

е) все вышеперечисленное

7. Какой инструмент используется для визуализации данных в бизнес-аналитике?

- a) MS Excel
- b) Python
- c) Tableau
- d) SQL
- e) Java

8. Что означает ROI (Return on Investment) в бизнес-аналитике?

- a) процентный доход от инвестиций
- b) прибыль от продажи продукта
- c) рентабельность бизнеса
- d) уровень клиентской удовлетворенности
- e) все вышеперечисленное

9. Какой инструмент используется для сбора и анализа данных в бизнес-аналитике?

- a) MS Word
- b) MS PowerPoint
- c) MS Access
- d) MS Outlook
- e) MS Excel

10. Что такое SWOT-анализ в бизнес-аналитике?

- a) анализ сильных и слабых сторон
- b) анализ возможностей и угроз
- c) анализ внутренней и внешней среды
- d) все вышеперечисленное
- e) ни один из вариантов не верный

Решение кейсов проводится на основе реализации метода обучения действием, который представляет собой подход к решению кейсов – определение проблемных областей в сфере бизнес-аналитики, идентификация конкретных проблем или вызовов, с которыми сталкиваются организации в области бизнес-аналитики.

Кейс 1. Разработка перечня компетенций бизнес-аналитика компании (выбор сферы/ отрасли осуществляется рандомно).

В рамках этого практического занятия на основе анализа содержания трудовых функций, описанных в профессиональных стандартах, а также с учетом специфики деятельности различных типов компаний, студенты формируют обобщенный набор компетенций, которыми должны обладать бизнес-аналитики в соответствующей отрасли/сфере деятельности компании.

Кейс 2. Компания «Спорт-Экстрим» развивалась на своем региональном рынке в отсутствие жесткой прямой конкуренции, ориентируясь на существующий спрос и незанятые ниши. Первоначально занималась розничной продажей спортивных товаров. Затем освоила смежные сегменты: продажу спортивного инвентаря, товаров для охоты, рыбалки, мото/ велотуризма. Спустя несколько лет появилось производство спортивной одежды для гимнастики и фитнеса.

Общая концепция бизнеса – все для спорта и активного отдыха. Позиционирование: товары в среднем ценовом сегменте плюс оригинальная продукция собственного производства. В один прекрасный момент на региональный рынок пришли крупные федеральные игроки. Продажи «Спорт- Экстрима» перестали расти, а по некоторым сегментам (розница и вело/мото) и вовсе пошли вниз.

Первая реакция собственника: добавить рекламы и активизировать маркетинговую поддержку. Не помогло, но затраты выросли. У продавцов уменьшились бонусы, и стал ухудшаться моральный климат в коллективе. Вторая реакция собственника: поднять мотивацию, нарастить продажи, вернуться на траекторию роста. Снова не помогло. Прибыль продолжала падать. Третья реакция собственника: пора продавать бизнес, пока не стало еще хуже.

Необходимо найти выход из ситуации, ответив на три вопроса:

1. Может ли такой небольшой региональный бизнес выжить и продолжить развиваться, конкурируя с крупными сетями?

2. Как необходимо скорректировать бизнес-модель компании «Спорт-Экстрим» для возврата в прибыльную зону?

3. Какие решения могут обеспечить устойчивое развитие компании на горизонте нескольких лет?

Типовые вопросы к экзамену:

1. Предмет и задачи бизнес-аналитики
2. Содержание бизнес-аналитики и сущность диагностики деятельности предприятия
3. Виды анализа по отраслевому признаку и признаку времени: их характеристика, особенности применения
4. Виды анализа по аспектам исследования и методике исследования объектов: их характеристика, особенности применения
5. Организация аналитической работы на предприятии
6. Информационное обеспечение бизнес-анализа
7. Порядок оформления результатов бизнес-анализа
8. Способы табличного и графического представления аналитических данных
9. Принципы проведения бизнес-анализа
10. Относительные и средние величины в анализе деятельности предприятия
11. Способ сравнения в анализе хозяйственной деятельности
12. Способ группировки информации
13. Факторные приемы анализа при детерминированных связях показателей
14. Способы цепной подстановки, абсолютных и относительных разниц
15. Балансовый способ в анализе хозяйственной деятельности
16. Методы анализа данных
20. SWOT и PEST– анализ
21. Основные задачи и информационное обеспечение анализа финансовых результатов
22. Анализ состава и динамики прибыли предприятия
23. Анализ финансовых результатов от реализации продукции (работ, услуг)
24. Анализ прочих финансовых доходов и расходов
25. Методика определения резервов роста прибыли и рентабельности
26. Анализ показателей рентабельности предприятия
27. Основные задачи и информационное обеспечение анализа источников формирования капитала
28. Анализ источников формирования собственного капитала предприятия
29. Анализ источников формирования заемного капитала предприятия
30. Анализ структуры активов предприятия
31. Анализ состава, структуры и динамики основного капитала
32. Анализ состава, структуры и динамики оборотных активов
33. Анализ оборачиваемости капитала
34. Анализ платежеспособности и ликвидности предприятия
35. Анализ финансовой устойчивости предприятия
36. Анализ экономического роста предприятия
37. Анализ реализации продукции
38. Анализ номенклатуры и ритмичности выпуска продукции
39. Основные задачи и информационное обеспечение анализа использования материальных ресурсов
40. Анализ обеспеченности предприятия материальными ресурсами
41. Определение оптимальной партии заказа и запаса
42. Анализ эффективности использования материальных ресурсов
43. Основные задачи и информационное обеспечение анализа состояния и использования основных средств предприятия
44. Анализ обеспеченности предприятия основными средствами производства
45. Анализ интенсивности и эффективности использования основных производственных фондов
46. Методика анализа использования производственной мощности предприятия
47. Основные задачи и информационное обеспечение анализа использования персонала предприятия
48. Анализ обеспеченности предприятия персоналом и использования фонда рабочего времени
49. Анализ производительности труда и эффективности использования персонала предприятия
50. Анализ использования фонда заработной платы
51. Основные задачи и информационное обеспечение анализа затрат на производство и реализацию продукции (работ, услуг)
52. Анализ общей суммы затрат на производство продукции
53. Анализ затрат на рубль произведенной продукции
54. Анализ себестоимости отдельных видов продукции

- 55. Анализ прямых материальных затрат
- 56. Анализ прямых трудовых затрат
- 57. Анализ затрат на содержание основных средств
- 58. Анализ накладных и коммерческих расходов
- 59. Определение резервов снижения себестоимости продукции