

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце: **Форма оценочного материала для промежуточной аттестации**
ФИО: Косенок Сергей Михайлович
Должность: ректор **Оценочные материалы для промежуточной аттестации по дисциплине**
Дата подписания: 16.06.2026 12:54:22
Уникальный программный ключ:
e3a68f3eaa1e62674b54f4998099d3d6bfdcf836

Бизнес-аналитика, 2 семестр

Код, направление подготовки	38.04.01 Экономика
Направленность (профиль)	Экономика фирмы и предпринимательство
Форма обучения	Очная
Кафедра-разработчик	Экономики, учета и финансов
Выпускающая кафедра	Экономики, учета и финансов

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. Какова 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