

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гуныко Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)**

**Б1.О.02.02 Бизнес-аналитика**

**38.04.02 Менеджмент**

Цифровой маркетинг и управление продажами

магистр

очная

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-4 Способен руководить проектной и процессной деятельностью в организации с использованием современных практик управления, лидерских и коммуникативных навыков, выявлять и оценивать новые рыночные возможности, разрабатывать стратегии создания и развития инновационных направлений деятельности и соответствующие бизнес-модели организаций	ОПК-4.3 Использует современные информационно-аналитические системы для решения управленческих и исследовательских задач в деятельности хозяйствующих субъектов	<b>знает</b> современные информационно-аналитические системы и платформы, применяемые для сбора, анализа данных и автоматизации процессов в маркетинге и продажах
		<b>умеет</b> применять функционал информационно-аналитических систем для анализа эффективности маркетинговых кампаний, прогнозирования продаж и сегментации клиентской базы
		<b>владеет навыками</b> навыками работы с современными информационно-аналитическими системами (CRM, BI-платформы, системы веб-аналитики) для решения управленческих задач в области цифрового маркетинга и управления продажами

## 2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. «Бизнес-анализ в управлении клиентским опытом и сквозными процессами»			
1.1.	Бизнес-анализ как новая концепция аналитики в организации	1	ОПК-4.3	Тест
1.2.	Объекты, структура и информационное обеспечение бизнес-анализа	1	ОПК-4.3	Тест
1.3.	Анализ потребительского поведения и прогнозирование спроса	1	ОПК-4.3	Тест
	Промежуточная аттестация			За

## 3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
<b>Текущий контроль</b>			
<b>Для оценки знаний</b>			
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
<b>Для оценки умений</b>			
<b>Для оценки навыков</b>			
<b>Промежуточная аттестация</b>			
2	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

#### **4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Бизнес-аналитика"**

##### ***Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости***

##### **1. Тестовые задания (20 баллов)**

Форма: закрытые тесты с выбором одного или нескольких вариантов ответа

Какой из перечисленных инструментов НЕ относится к бизнес-аналитике:

- a) Power BI
- b) Tableau
- c) Microsoft Word
- d) Qlik Sense

(Правильный ответ: c)

Какая из перечисленных характеристик относится к качественным данным:

- a) Полнота
- b) Достоверность
- c) Релевантность
- d) Все вышеперечисленное

(Правильный ответ: d)

##### **2. Практические кейсы (30 баллов)**

Форма: решение задач на основе реальных бизнес-ситуаций

Пример задания:

"Компания розничной торговли зафиксировала падение продаж на 15% в последнем квартале. Используя методы бизнес-аналитики, предложите алгоритм выявления причин и возможные решения. Оформите в виде аналитического отчета (не более 2 страниц)."

Критерии оценки:

Глубина анализа (10 баллов)

Обоснованность предложений (10 баллов)

Качество визуализации данных (5 баллов)

Структура и оформление (5 баллов)

3. Презентации и защита проектов (25 баллов)

Форма: индивидуальные/групповые проекты с последующей защитой

Пример задания:

"Разработайте дашборд в Power BI для мониторинга ключевых показателей эффективности (KPI) вымышленной компании. Подготовьте 10-минутную презентацию с объяснением выбранных метрик и визуализаций."

Критерии оценки:

Полнота охвата показателей (5 баллов)

Уместность визуализаций (5 баллов)

Практическая значимость (5 баллов)

Качество презентации (5 баллов)

Ответы на вопросы (5 баллов)

4. Эссе и рефераты (15 баллов)

Форма: письменные работы на заданные темы

Пример задания:

"Напишите эссе (1500-2000 слов) на тему 'Этика использования больших данных в современных бизнес-моделях'. Приведите конкретные примеры и обоснуйте свою позицию."

Критерии оценки:

Глубина раскрытия темы (5 баллов)

Наличие примеров (5 баллов)

Логичность изложения (3 баллов)

Оформление (2 балла)

5. Устные опросы (10 баллов)

Форма: мини-интервью по ключевым темам курса

Примеры вопросов:

Объясните разницу между описательной и прогнозной аналитикой

Какие вы знаете методы очистки данных?

Как бы вы объяснили руководителю необходимость внедрения BI-системы?

Критерии оценки:

Полнота ответа (5 баллов)

Умение аргументировать (3 балла)

Ясность изложения (2 балла)

***Примерные оценочные материалы  
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)  
по итогам освоения дисциплины (модуля)***

Вопросы к зачету по дисциплине «Бизнес-аналитика»  
2025-2026 учебный год

1. Дайте определение бизнес-анализа согласно концепции ВАВОК.
2. Назовите основные концепты бизнес-анализа и раскройте их сущность.
3. В чем заключается различие между бизнес-аналитиком и системным аналитиком?
4. Опишите роль бизнес-аналитика в современной организации.
5. Каковы основные этапы развития бизнес-анализа как концепции?
6. Что такое «требование» в бизнес-анализе? Назовите типы требований.
7. Опишите различия между бизнес-требованиями, требованиями стейкхолдеров и требованиями решения.
8. Что такое «ценность» в контексте бизнес-анализа и как она связана с потребностями?
9. Раскройте понятия «дизайн» и «план» в бизнес-анализе.
10. Как взаимосвязаны бизнес-модель и стратегия компании?
11. Кто такие стейкхолдеры? Приведите примеры ключевых стейкхолдеров компании.
12. Каковы типичные требования собственников, менеджеров и персонала?
13. Опишите методы выявления и классификации стейкхолдеров.
14. Как проводится анализ влияния и заинтересованности стейкхолдеров?
15. Что такое метод MoSCoW и как он применяется для приоритизации требований?
16. Дайте определение бизнес-процесса. Назовите виды бизнес-процессов.
17. Что такое «владелец процесса» и какова его роль?
18. Опишите этапы анализа и оптимизации бизнес-процессов («как есть» → «как надо»).
19. Что такое бизнес-модель? Назовите основные типы бизнес-моделей.
20. В чем суть архетипов бизнес-моделей MIT?
21. Что такое Business Intelligence (BI) и какова его роль в бизнес-анализе?
22. Чем отличается BI от OLAP?
23. Каковы основные компоненты BI-платформы?
24. Какую роль играет бизнес-аналитик в разработке систем отчетности?
25. Что такое интегрированный отчет об устойчивом развитии и каково его содержание?
26. Какие методы сегментации потребителей вы знаете? В чем их преимущества и недостатки?
27. Опишите алгоритм кластерного анализа (K-means) для сегментации клиентов.
28. Что такое RFM-анализ и как он применяется в маркетинге?
29. Какие модели используются для прогнозирования спроса на основе временных рядов?
30. В чем разница между ARIMA, Prophet и LSTM?
31. Как регрессионный анализ используется для прогнозирования спроса?
32. Что такое Customer Journey Map и как она строится?
33. Как анализируется воронка продаж и какие метрики используются?
34. Что такое LTV (Lifetime Value) и как его прогнозируют с помощью ML?
35. Как строится модель прогнозирования оттока клиентов (Churn Prediction)?
36. Какие методы сбора требований вы знаете? Опишите их.
37. Что такое теория ограничений систем (ТОС) и как она применяется в бизнес-анализе?
38. Как проводится анализ рисков в бизнес-анализе?
39. Какие ключевые области знаний описаны в ВАВОК?
40. Как бизнес-аналитик взаимодействует с маркетинговыми командами в цифровой среде?
41. Как бизнес-анализ помогает в управлении клиентским опытом (CX)?
42. Какие данные используются для прогнозирования LTV в e-commerce?
43. Как методы ML применяются для персонализации маркетинговых коммуникаций?
44. Какие показатели эффективности (KPI) используются для оценки успешности маркетинговых кампаний?
45. Как бизнес-анализ способствует повышению рентабельности инвестиций в маркетинг (ROMI)?

**Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)**

1. Роль бизнес-аналитики в современном управлении компанией
2. Эволюция бизнес-аналитики: от Excel к искусственному интеллекту
3. Разница между Business Intelligence (BI) и Data Science
4. Преимущества и недостатки облачных решений для бизнес-аналитики
5. Как машинное обучение улучшает прогнозирование спроса?
6. Этика больших данных: где грань между анализом и нарушением приватности?
7. Как бизнес-аналитика помогает в управлении цепочками поставок (SCM)?
8. Финансовая аналитика: как предсказывать банкротство компании?
9. Персонализированный маркетинг на основе данных клиентов
10. Почему проваливаются проекты внедрения BI-систем?
11. Автоматизация отчетности: заменит ли ИИ бизнес-аналитиков?
12. Блокчейн и аналитика: прозрачность vs. сложность