

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

Утверждено:
на заседании кафедры
протокол № 5 от «19» января 2022 г.

Согласовано:
Председатель УМК Института

Зав. кафедрой Янгирова Е.И. Янгирова

Абзалилова / Л.Р. Абзалилова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-аналитика
обязательная часть

программа бакалавриата

Направление подготовки:
38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль) подготовки:
«Диджитал-маркетинг»

Квалификация:
бакалавр

Разработчик (составитель):
к.э.н., доцент

Нусратуллин И.В. Нусратуллин И.В.

Для приема: 2022 года

Уфа 2022 г.

Составитель: доцент кафедры управления проектами и маркетинга, к.э.н., доц.
Нусратуллин И.В.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления проектами и маркетинга, протокол № 5 от 19 января 2022 г.

Заведующий кафедрой Янгирова / Янгирова Е.И.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры проектного менеджмента и бизнес-администрирования, протокол № 11 от 27 мая 2022 г.

И.о. заведующего кафедрой Янгирова / Янгирова Е.И.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	4
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.	5
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.	6
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	18
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	18
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	18
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	19
Приложение № 1	22

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций (при наличии ОПК)	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения
Общепрофессиональной компетенции	ОПК-2 Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем	ИОПК 2.19. Знает: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Знает: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом
		ИОПК 2.20. Умеет: применять правила и методы построения аналитических отчетов	Умеет: применять правила и методы построения аналитических отчетов
		ИОПК 2.21. Владеет: инструментами формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом	Владеет: инструментами формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-аналитика» относится к обязательной части. Дисциплина изучается на 3 курсе в 5 семестре (очная форма обучения).

Целью освоения дисциплины является обучение студентов созданию культуры работы с данными в компании, увеличению прибыли компании с помощью аналитики, выстраиванию аналитической архитектуры в бизнесе.

После обучения студент должен уметь:

- управлять аналитикой в компании и внедрять культуру работы с данными;
- разбирать маркетинговую стратегию своего бизнеса и анализировать её эффективность;
- анализировать целевую аудиторию и сегментировать клиентскую базу;
- составлять воронку продаж и управлять прибыльностью клиентской базы;
- выводить рабочие гипотезы на основании данных;
- проверять гипотезы с помощью A/B-тестов, искать недостающую информацию и принимать решения на основе аналитики;
- работать с юнит-экономикой;
- управлять командой и мотивировать подчинённых;
- принимать взвешенные решения даже в сложных ситуациях;
- проводить конструктивные встречи и оптимизировать их количество;
- транслировать и делегировать бизнес-задачи.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотношенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине.

ОПК-2. Способен осуществлять сбор, обработку и анализ данных, необходимых для решения поставленных управленческих задач, с использованием современного инструментария и интеллектуальных информационно-аналитических систем.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		Не удовлетворительно	Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ИОПК 2.19. Знает: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Знает: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Фрагментарные представления о следующем: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Неполные представления о следующем: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы представления о следующем: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Сформированные систематические представления о следующем: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом
ИОПК 2.20. Умеет: применять правила и методы построения аналитических отчетов	Умеет: применять правила и методы построения аналитических отчетов	Фрагментарные умения в следующем: применять правила и методы построения аналитических отчетов	В целом успешное, но не систематическое умение в следующем: применять правила и методы построения аналитических отчетов	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы умения в следующем: применять правила и методы построения аналитических отчетов	Сформированное умение в следующем: применять правила и методы построения аналитических отчетов
ИОПК 2.21. Владеет: инструментами и формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и	Владеет: инструментами и формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом	Фрагментарное владение следующими навыками: инструментами и формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в	В целом успешное, но не систематическое применение следующих навыков: инструментами и формирования аналитически	В целом успешное, но содержащее отдельные пробелы применение следующих навыков: инструментами и формирования аналитически	Успешное и систематическое применение следующих навыков: инструментами формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в

управлении бизнесом		маркетинге и управлении бизнесом	х отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом	х отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом	маркетинге и управлении бизнесом
---------------------	--	----------------------------------	---	---	----------------------------------

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине.

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ИОПК 2.19. Знает: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Знает: основные возможности платформ бизнес-аналитики, используемые в маркетинге и управлении бизнесом	Индивидуальный опрос, групповой опрос, письменные ответы на вопросы, тесты, дискуссия.
ИОПК 2.20. Умеет: применять правила и методы построения аналитических отчетов	Умеет: применять правила и методы построения аналитических отчетов	Дискуссия, лабораторные задания, проект.
ИОПК 2.21. Владеет: инструментами формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом	Владеет: инструментами формирования аналитических отчетов для поддержки принятия решений в маркетинге и управлении бизнесом	Дискуссия, лабораторные задания, проект.

Показатели сформированности компетенции:

Критериями оценивания являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей (разделов дисциплины).

Шкалы оценивания:

от 45 до 59 баллов – «удовлетворительно»;

от 60 до 79 баллов – «хорошо»;

от 80 баллов – «отлично».

Рейтинг-план дисциплины
Б1.О.22 Бизнес-аналитика
38.03.02 Менеджмент, профиль «Диджитал-маркетинг»

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1				
Текущий контроль				
1. Доклад	5	1	0	5
2. Кейс	5	1	0	5
Рубежный контроль				
Тестовый контроль	10	1	0	10
Модуль 2				
Текущий контроль				
Лабораторные задания	10	4	0	40
Рубежный контроль				
Тестовый контроль	10	2		20
Поощрительные баллы				
Внедрение бизнес-аналитики в реальной компании	10	1	0	10
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
Итоговый контроль: экзамен (проект внедрения системы бизнес-аналитики в компании)			0	20
ИТОГО				110

1. Вопросы текущего контроля, дискуссии

1. Уровни использования данных в бизнес-аналитике.
2. Уровни опоры на данные при принятии решений.
3. Области знания и их связь с бизнес-аналитикой.
4. Виды анализа в бизнесе.
5. Ошибки принятия эффективного решения.
6. Что такое бизнес аналитика?
7. Какие функции выполняет бизнес-аналитик?
8. Как работать с данными?
9. Что такое метрика в бизнес-аналитике?
10. Метрики и системы метрик в бизнес-аналитике.
11. Пирамида метрик.
12. Unit-экономика.
13. Финансовая аналитика: бюджетирование.
14. Финансовая аналитика: учет и отчетность.
15. Финансовая аналитика: связь финансовых и нефинансовых метрик.
16. Что такое KPI?
17. Чем отличаются KPI от метрик?
18. Как определить и внедрить систему KPI в организации?
19. Как собрать показатели KPI в систему?
20. Какую роль играет бизнес-аналитика в маркетинге?
21. Какие метрики описывают эффективность маркетинга?
22. Что такое атрибуция?
23. Сегментация клиентов для целей бизнес-аналитики.
24. Подходы к сегментации.
25. Ценностное предложение.
26. Воронка-продаж и бизнес-аналитика.
27. Продукт и бизнес-аналитика.
28. Роль аналитики в жизни продукта.
29. Формирование продуктовых гипотез.
30. Метрики в продуктовом анализе.
31. Кагортный анализ в продуктовой аналитике.
32. Продуктовые гипотезы и их анализ.
33. Верификация гипотез в продуктовой аналитике.
34. Внедрение бизнес-аналитики в компании.
35. Инструменты внедрения бизнес-аналитики в компании.
36. Проект внедрения бизнес-аналитики в компании.
37. Data science для бизнеса
38. Финансовая бизнес-аналитика: системный подход.
39. Маркетинговая бизнес-аналитика: системный подход.
40. Продуктовая бизнес-аналитика: системный подход.

Критерии оценки (в баллах):

Наименование критерия оценивания	Максимальный балл
Дан полный, развернутый, обоснованный ответ, в соответствии с правилом ТАП («тезис» - «аргумент» - «поддержка»): ответ содержит верный тезис или формулировку определения, логически верное обоснование	2
Дан в целом верный ответ, однако один из элементов ТАП в структуре ответа отсутствует, неверен или противоречит верному ответу («тезису»): в логическом рассуждении наличествуют ошибки, противоречия.	1

Дан в целом неверный ответ, или два элемента ТАП в структуре ответа отсутствуют, неверны или противоречат верному ответу («тезису»)	0
---	---

2. Тематика докладов

1. Цель, основные понятия, задачи моделирования бизнес-процессов.
2. Информационное обеспечение для описания бизнес-процессов.
3. Понятие бизнес-процесса. Методы описания бизнес-процессов.
4. Общая характеристика методик анализа бизнес-процессов.
5. Процессный подход и современные системы управления организацией.
6. Расчет и анализ стоимостных параметров процессов. Основы метода ABC.
7. Основные положения концепции реинжиниринга бизнеса.
8. Общие принципы моделирования систем и процессов.
9. Система бизнес-моделирования Business Studio
10. Инструментальная система ELMA для моделирования процессов организации.
11. Методология IDEF0.
12. Методология IDEF3.
13. Методология ARIS.
14. Моделирование процессов в нотации DFD.
15. Непрерывное совершенствование и совершенствование в виде прорывов.
16. Мониторинг эффективности бизнес-процессов компании.
17. Принципы моделирования в ARIS Simulation
18. Сбалансированная система показателей как средство управления процессами организации. Развитие систем бизнес-аналитики.
19. Документирование и регламентация бизнес-процессов.
20. Основные подходы и стандарты моделирования бизнес-процессов.

Критерии оценки (в баллах):

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины	5
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;	3-4
Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.	2
Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.	1
Вопрос не раскрыт	0

3. Примеры тестов рубежного контроля

- 1) Какой из вариантов ответа показывает верный порядок этапов бюджетирования?
 1. Построение бизнес-модели развития и ее корректировка -> Формирование бюджета -> Утверждение бюджета -> Доведение контрольных данных -> Исполнение бюджета -> Контроль исполнения.
 2. Построение бизнес-модели развития и ее корректировка-> Формирование бюджета -> Доведение контрольных данных -> Утверждение бюджета -> Исполнение бюджета ->
- 2) Какая цель аналитики?
 1. Помощь в управлении рисками и принятии решения
 2. Помощь в поиске решений на основе данных
- 3) Какая формула изображена ниже: $NWC = Total\ Current\ Assets + Total\ Current\ Liabilities$
 1. Чистый оборотный капитал
 2. Денежный поток от операций
- 4) Что является активом организации?
 1. Кредиторская задолженность
 2. Дебиторская задолженность
- 5) Выберите верный вариант определения «Когорта». Которга - ...
 1. это группа людей, сделавшая определенное действие в определенное время
 2. это группа людей, сделавшая любое действие в определенное время
- 6) Выберите верный вариант определения «CTR». CTR - ...
 1. это метрика, показывающая стоимость привлечения пользователя
 2. это метрика, показывающая соотношение кликов и показов
- 7) Из каких трех бюджетов состоит мастер-бюджет?
 1. Бюджет будущих периодов + Бюджет расходов и доходов + Прогнозный баланс
 2. Бюджет расходов и доходов + Прогнозный баланс + Бюджет движения денежных средств.
- 8) Какое утверждение верно?
 1. Метрика всегда субъективна
 2. Метрика всегда объективна
- 9) Как считать LTV?
 1. Прибыль когорты за все время делим на количество пользователей в когорте.
 2. Прибыль когорты за часть времени делим на количество пользователей в когорте.
- 10) . Круг покупателей, объединенных определенными характеристиками, мы называем:
 1. Ниша
 2. Клуб по интересам
 3. Целевая аудитория
- 11) Какие задачи решает Customer development
 1. Глубокое понимание потребностей аудитории
 2. Создание и развитие бизнесов, продуктов и услуг, основанных на том, что важнейшим активом компании являются клиенты и отношения с ними
 3. Глубокое погружение в потребности и изучение аудитории и построение аудитории с учетом ее нюансов и желаний
 4. Все варианты верны

12) Назовите инструмент, с помощью которого можно выявить «боль» потребителя, а затем предложить наиболее выгодное решение

1. Мотив
2. Инсайт
3. Барьер

13) Ключевое отличие прямых конкурентов от косвенных?

1. С прямыми конкурентами мы находимся на одном рынке с аналогичным товаром, косвенные конкуренты могут переключать внимание нашей ЦА совсем другим товаром
2. С прямыми конкурентами мы находимся в одной ценовой категории, а с косвенными – в разных
3. Косвенные конкуренты отличаются от прямых только географией

14) Netflix для образовательных сайтов - прямой или косвенный конкурент?

1. Прямой
2. Косвенный
3. Не конкурент

15) Целевая аудитория проекта - это:

1. Все те, кому нужен определенный продукт\услуга
2. Все те, у кого есть возможность приобрести продукт\услугу

16) Для чего по каждому сегменту ЦА разрабатывают портрет персонажа?

1. Чтобы не забыть, как называются сегменты
2. Чтобы лучше понимать мотивы аудитории

17) Нужно ли анализировать всех конкурентов?

1. Не нужно
2. Да, нужно

18) Конкуренты бывают прямые и косвенные. Какими конкурентами являются компании, предлагающие точно такие же или схожие с нашими товары и услуги?

1. Косвенные конкуренты
2. Прямые конкуренты

19) Маркетологу необходимо понимать воронку своего продукта, чтобы знать

1. Над какими шагами воронки стоит работать
2. Какие маркетинговые каналы использовать на каждом шаге воронки
3. Над какими шагами воронки стоит работать и какие маркетинговые каналы использовать на каждом шаге воронки

20. Маркетинг оцифровывает поведение пользователей, чтобы

1. Понимать, какой шаг воронки требует доработок
2. Понимать, где “отваливаются” ваши текущие клиенты
3. Понимать, какие маркетинговые каналы не нужно запускать
4. Все варианты верны

Критерии оценки (в баллах):

Процент правильных ответов	Количество баллов
91-100 %	10
81-90%	9
71-80%	8

61-70%	7
51-60%	9
41-50%	5
31-40%	4
21-30%	3
11-20%	2
0-10%	1
0%	0

4. Примеры кейсов

№	Название кейса	Ссылка на кейс
1.	Как компании-производителю сублимированных продуктов наладить массовые розничные продажи?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/688660-peresushennyi-ostatok
2.	Руководство финансово-строительной компании решило перейти на матричную структуру управления организацией	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/746472-bolshaya-perestroika
3.	Аптечная сеть организует курсы повышения квалификации. Но текучесть кадров растет, а мотивация персонала – снижается.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/708420-privivka-dlya-personala
4.	Российская IT-компания страдает от кадрового голода. Как совершенствовать процесс подбора персонала?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/693860-ohota-zait-golovami
5.	Система учета первичной документации трещит по швам. Принято решение — внедрить ERP и пополнить штат бизнес-аналитиком.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/820666-oshibka-prezidenta
6.	Компания страдает от высокой ротации кадров. Сотрудников переманивают бывшие топ-менеджеры.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/799404-staryi-drug-huzhe-novyh-dvuh
7.	Посещаемость сайта букинистического интернет-магазина высока, но доход компания получает от малочисленных библиофилов.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/782555-bibliotekar-po-vyzovu
8.	Как повысить вовлеченность сотрудников и вклад персонала в развитие бизнеса?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/757665-nastoyaschih-buinyh-malo
9.	Как маркетологам доказать своим предприятиям необходимость рекламных затрат для выхода товара на новый рынок?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/952141-reklamnaya-pauza
10.	Падение спроса на упаковочное оборудование вынудило холдинг «Русская трапеза» разнообразить ассортимент.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/923717-vremya-dengi
11.	Компания «МФО-Сибирь», торгующая оборудованием для очистки воды, хочет начать работать с мелкооптовыми клиентами.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/898486-tam-gde-nas-net
12.	Хозяевам кафе и цеха по производству десертов не хватает времени для решения стратегических вопросов.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/858451-tekuchkana-shokoladnoi-fabrike
13.	Акционеры сети разорившихся гостиниц решили превратить бизнес в сеть молодежных отелей.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/842638-beg-nameste
14.	Сеть «Активный отдых» решила привлечь в магазины новую аудиторию, но при этом не потерять лояльных потребителей.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/998786-povsednevnyi-ekstrim

15.	Компании необходимо изменить систему мотивации менеджеров. Как это сделать, не потеряв команду?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/980807-plata-za-rost
16.	Из-за кризиса компания переезжает в офис за МКАДом. Сотрудники пишут заявления об уходе.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1155005-pereezd-odin-za-vseh
17.	Как повысить лояльность тех клиентов сети, которые покупают также и в других зоомагазинах?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1105399-arkandlya-pokupatelya
18.	Продукция завода «Форева» востребована, продается с высокой прибылью, а предприятие убыточно.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1239021-nauchites-effektivno-upravlyat
19.	Самый ходовой продукт компании — собачьи вольеры и будки. Для развития необходимо выстроить каналы дистрибуции.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1234791-dengi-iz-budki
20.	Возможно ли наладить продажи за адекватный бюджет? Как поднять эффективность каналов продвижения?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1347904-konsalting-bez-sapog
21.	Операционисты увольняются из банка. Что может сделать HR, чтобы удержать сотрудников?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1353129-eto-myne-prohodili
22.	Пять лет объем продаж бытовой техники не увеличивается. Какую стратегию выбрать, чтобы изменить ситуацию?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1288172-nehvatka-energii
23.	Фитнес-центр по прыжкам на профессиональном батуте «Батут-сити» хочет привлечь более состоятельную клиентуру.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1277324-pryzhki-v-vysotu
24.	Как директору рекламного агентства запустить новый проект – издание специализированного бесплатного рекламного бюллетеня для розницы?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1257387-odin-v-pole
25.	Компания продвигает новый способ защиты помещений от краж — генераторы туманов. Как наладить продажи?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1471947-prodavets-dyma
26.	Сеть корпоративных столовых строит свою бизнес-модель на том, что предлагает каждый день новое меню.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1449342-pribyl-nagoryachee
27.	Начав продажу биокаминов, компания столкнулась с пассивностью региональных дилеров. Как их заинтересовать?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1428980-bez-ogonka
28.	Компания производит и продает расходные материалы для офисной техники. Как повысить продажи, не снижая цен?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1537480-rashod-v-dohod
29.	Антикризисный план для музея	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1979833-antikrizisnyi-plan-dlya-muzeya
30.	Какие приемы в области дистрибуции и продвижения помогут изданию прорваться на рынок Москвы?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1523286-dohod-v-kartinkah
31.	Как правильно выстроить отношения с сотрудниками и наладить эффективную работу предприятия?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1492377-holodnedoveriya
32.	Туроператор специализируется на детском отдыхе, но основные объемы продаж происходят в летний сезон.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1482789-nedetskii-vybor

33.	Как авиакомпании увеличить загрузку своих рейсов и наладить взаимовыгодное сотрудничество с туроператорами?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1578505-polety-nayavu
34.	Какую стратегию продвижения выбрать для инновационной технологии производства пеноалюминия?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1547193-zagadka-iz-aluminiya
35.	Как выстроить продвижение иллюзионного шоу и продать 80% билетов за 2,5-3 месяца до премьеры?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1564254-v-pogone-za-volshebstvom
36.	Посетители заходят на сайт-агрегатор финансовых услуг, но покупают мало. Как увеличить конверсии?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1690415-golyi-finansovyi-raschet
37.	Как интернет-магазину упростить процесс возврата товаров, угодив клиенту и не потеряв в рентабельности?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1636770-dyavol-v-detalyah
38.	Модель пассивных продаж перестала работать. Компании пора переходить на активные, но менеджеры-«старички» против.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1776591-v-pogone-za-dvumya-zaitsami
39.	Компания «Керамика-Глазов» не выдерживает конкуренцию. Владельцы хотят найти особую нишу на рынке.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1715528-volshebnyi-gorshok
40.	На заводе «Кристалл Валдая» необходимо возродить производство. Как вывести его из состояния банкротства?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1839851-kak-spasti-ot-bankrotstva-predpriyatie-kotoroe-kormit-gorod
41.	Кризис пошатнул позиции лидера рынка недвижимости. Нечеткие стадии продаж привели к потере клиентов на этапе принятия решения о покупке.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1888897-problemy-bolshoi-kompanii
42.	Из-за смены собственников санаторий оказался на грани вымирания. Какой план «спасения» выбрать?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1959576-otdyha-ne-budet
43.	Развитие инжиниринговой компании тормозит неумение гибко реагировать на запросы заказчиков.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982387-shablon-servis-ili-kak-uluchshit-kulturu-raboty-s-klientami
44.	Как продавать новостройки в условиях кризиса?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982380-kak-prodavat-novostroiki-v-usloviyah-krizisa
45.	Китайская компания Агма решила выйти на российский рынок. Какая дорога к цели является оптимальной?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982376-vosem-putei-v-rossiu-kakoi-iz-nih-vybrat
46.	Производитель прицепов для легковых автомобилей решил начать продажи по всей России. Как заявить о себе и переиграть конкурентов?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982379-kak-neizvestnoi-kompanii-vyiti-na-federalnyi-rynok
47.	Как выйти на зарубежный рынок?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1974975-kak-vyiti-na-zarubezhnyi-rynok
48.	В компании по разработке сайтов подвели итоги: за год от оформления заявки до оплаты было потеряно 70% клиентов.	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1962967-sait-na-zakaz-ili-gde-my-teryuem-70-klientov
49.	Торгово-производственная компания, работающая в одном из регионов, оказалась на грани краха после прихода в область крупных сетей. Дайте совет ее собственнику	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982396-kak-izmenit-biznes-model-chtoby-vyzhit

50.	Отток клиентов заставил ресторанный сеть экономить на всем. А экономия привела к еще большему падению популярности заведений. Как разомкнуть замкнутый круг?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982394-kak-vernut-gostei-v-restorany
51.	Компания не может воспользоваться шансом, который дала девальвация рубля. Производство душит дефицит оборотных средств. Что делать?	https://www.e-xecutive.ru/education/cases/1982390-kak-vyvesti-iz-krizisa-mashinostroitelnyi-holding

Критерии оценки (в баллах):

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины	5
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;	3-4
Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.	2
Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.	1
Вопрос не раскрыт	0

5. Примеры лабораторных заданий

1. Лабораторное задание по описанию бизнес-процессов.

Шаг 1. Выбрать компанию из предложенного списка по сфере деятельности, либо выбрать свою организацию. Список предприятий различного профиля для анализа бизнес-процессов:

1. Туристическая фирма
2. Молокозавод
3. Мебельная фабрика
4. Организация – организатор проведение выставок
5. Предприятие системы снабжения
6. Страховая компания
7. Рекламное агентство
8. Строительная фирма
9. Фирма по подбору кадров
10. Автозаправочная станция
11. Риэлторская компания
12. Компания по торговле ПО

Шаг 2. Сформулировать миссию компании и цели на рынке.

Шаг 3. Выделить бизнес-процессы компании (3-5 процессов).

Шаг 4. Выбрать один процесс для детальной проработки. Необходимо четко сформулировать его, название и цель, определить шаги.

Шаг 5. Нарисовать схему выбранного процесса. Схема должна быть простой и понятной. Шагов должно быть немного (не больше 10): это «принципиальная схема» работы компании.

Шаг 6. Определить владельца процесса.

Шаг 7. Определить промежуточные входы-выходы процесса.

2. Лабораторное задание по применению финансовой аналитики

Построить по примеру на лекции финансовую модель организации на основе данных бухгалтерской отчетности.

3. Лабораторное задание по применению маркетинговой аналитики

Построить по примеру на лекции маркетинговую стратегию организации и на основе воронки продаж рассчитать бюджет маркетинга.

4. Лабораторное задание по применению продуктовой аналитики

Разработать по примеру на лекции уникальный продукт на основе запросов потребителей.

Критерии оценки (в баллах):

Критерии оценивания	Количество баллов
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины	5
Полное верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа;	3-4
Достаточно верное раскрытие вопроса, раскрыто содержание материала в объеме, предусмотренном программой, изложено грамотным языком в определенной логической последовательности, точно используя терминологию данного предмета как учебной дисциплины, но при этом имеет место один из недостатков: допущены одна - две неточности при освещении основного содержания ответа; допущены ошибки или более двух неточностей при освещении второстепенных вопросов или в выкладках, легко исправленные по замечанию преподавателя.	2
Неполно или непоследовательно раскрыто содержание материала, но показано общее понимание вопроса и продемонстрированы умения, достаточные для дальнейшего усвоения материала, определенного учебной программой дисциплины.	1
Вопрос не раскрыт	0

6. Подготовка проекта внедрения системы бизнес-аналитики в компании

Студент самостоятельно выбирает направление бизнеса или конкретный бизнес, далее подготавливает проект внедрения системы бизнес-аналитики в компании. Возможно создание

команды до 3 человек для подготовки проекта внедрения системы бизнес-аналитики в компании, но только для реальных заказчиков (необходим заказ данной организации).

Основными критериями оценки проекта являются:

- последовательность и аргументированность выступления;
- ясность изложения и понятность идеи проекта;
- наличие квалифицированной команды, реализующей проект;
- понятность и качество презентационных материалов;
- яркость выступления.

Критерии оценки экзамена (в баллах)

№ п/п	Критерий / количество баллов	0-1 балл	2-3 балла	4 балла
1	Последовательность и аргументированность выступления	Выступления не последовательно, слабо аргументировано	Выступление несколько не последовательно, в аргументации есть неясности	Выступление последовательно, аргументация присутствует
2	Ясность изложения и понятность идеи проекта	Изложение неясное, сумбурное, идея проекта непонятна	Есть неясность в изложении идеи проекта, в общем смысл проекта понятен	Изложение ясное, идея проекта понятна
3.	Наличие квалифицированной команды, реализующей проект	Команда отсутствует	Команда присутствует, но есть не закрытые компетенции	Команда присутствует, все компетенции закрыты
4	Понятность и качество презентационных материалов	Презентационные материалы отсутствуют, либо они не понятны	Презентационные материалы в целом понятны, но сделаны не качественно	Презентационные материалы понятны и качественны
5	Яркость выступления	Выступление «серое», монотонное	Выступление хорошее, но не яркое	Выступление яркое

Перевод оценки из 100-балльной в четырех балльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Цветков, А. А. Теория и практика бизнес-анализа в ИТ : учебное пособие : в 2 томах : [16+] / А. А. Цветков ; Институт программных систем РАН. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – Том 1. – 152 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500835>
2. Цветков, А. А. Теория и практика бизнес-анализа в ИТ : учебное пособие : в 2 томах : [16+] / А. А. Цветков ; Институт программных систем РАН. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – Том 2. – 100 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576480>
3. Туманов, В. Е. Проектирование хранилищ данных для систем бизнес-аналитики : учебное пособие / В. Е. Туманов. – Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ) : Бином. Лаборатория знаний, 2010. – 616 с. : ил., табл., схем. – (Основы информационных технологий). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233492>
4. Кугаевских, А. В. Проектирование информационных систем. Системная и бизнес-аналитика : учебное пособие : [16+] / А. В. Кугаевских ; Новосибирский государственный технический университет. – Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2018. – 256 с. : табл., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573827>

Дополнительная литература:

5. Афанасьев, В. Н. Основы бизнес-статистики : учебное пособие / В. Н. Афанасьев, Н. С. Еремеева, Т. В. Лебедева ; Оренбургский государственный университет. – Оренбург : Оренбургский государственный университет, 2017. – 245 с. : схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=481742>
6. Турманидзе, Т. У. Финансовый анализ : учебник / Т. У. Турманидзе. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юнити, 2017. – 288 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615937>
7. Складорова, О. А. Маркетинговый анализ : учебное пособие : [16+] / О. А. Складорова ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2017. – 115 с. : табл., граф., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567428>
8. Инновационный маркетинг : учебник / И. А. Красюк, С. М. Крымов, Г. Г. Иванов, М. В. Кольган. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 170 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600310>

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

№	Наименование Интернет-ресурса	Ссылка (URL) на Интернет ресурс
1	Федеральная служба государственной статистики	www.gks.ru
2	Федеральная служба государственной регистрации, кадастра и картографии (Росреестр)	https://rosreestr.ru/site/
3	Федеральная налоговая служба	https://www.nalog.ru/

4	Министерство экономического развития Российской Федерации	http://economy.gov.ru/min/ec/main
5	Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РБ	www.bashstat.ru
6	Российский деловой портал «Альянс Медиа»	http://www.allmedia.ru
7	Портал «В помощь бизнесу»	http://bishelp.ru/
8	Сайт «Корпоративный Менеджмент»	https://www.cfin.ru/
9	Портал «БИБОСС»	https://www.beboss.ru/bplans
10	Портал «Openbusiness»	https://www.openbusiness.ru/gotovye-biznes-plany/
11	Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://window.edu.ru
12	Научная электронная библиотека eLibrary.ru	http://elibrary.ru/defaultx.asp
13	Справочно-правовая система Консультант Плюс	http://www.consultant.ru
14	Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
15	Электронная библиотечная система «ЭБ БашГУ»	https://elib.bashedu.ru/
16	Электронная библиотечная система издательства «Лань»	https://e.lanbook.com/
17	Электронный каталог Библиотеки БашГУ –	http://www.bashlib.ru/catalogi
18	Архивы научных журналов на платформе НЭИКОН (Cambridge University Press, SAGE Publications, Oxford University Press)	https://archive.neicon.ru/xmlui/
19	Издательство «Annual Reviews»	https://www.annualreviews.org/
20	Издательство «Taylor&Francis»	https://www.tandfonline.com/
21	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.	
22	Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные	
23	Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор № 104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные	

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
1	2
1. учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207	лаборатория социально-экономического моделирования № 107: учебная мебель, доска, проекционный экран с электродиодом lumien master control, проектор casio, персональный компьютер

<p>(помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p>	<p>пэвм кламас в комплекте – 18 шт. лаборатория анализа данных № 108: учебная мебель, доска, персональный компьютер пэвм кламас в комплекте – 17 шт. аудитория № 110: учебная мебель, доска, телевизор led. аудитория № 111: учебная мебель, доска, телевизор led. аудитория № 114: учебная мебель, доска.</p>
<p>2. учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).</p>	<p>аудитория № 115: учебная мебель, колонки (2 шт.), динамики, dvd плеер toshiba, магнитола sony (4 шт.) аудитория № 118: учебная мебель, проектор benq, колонки (2 шт.), музыкальный центр lg, флипчарт магнитно-маркерный на треноге аудитория № 122: учебная мебель, доска. аудитория № 204: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio. аудитория № 207: учебная мебель, доска, телевизор led tcl. аудитория № 208: учебная мебель, доска, телевизор led tcl. аудитория № 209: учебная мебель, доска.</p>
<p>3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4),</p>	<p>аудитория № 210: учебная мебель, доска. аудитория № 212: учебная мебель, доска, проектор infocus. аудитория № 213: учебная мебель, доска, проекционный экран с светодиодом lumien master control, проектор casio. аудитория № 218: учебная мебель, доска, мультимедиа-проектор infocus. аудитория № 220: учебная мебель, доска.</p>

аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: лаборатория социально-экономического моделирования № 107 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), лаборатория анализа данных № 108 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 110 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 111 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 114 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 122 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 204 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 207 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 208 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 209 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 210 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 212 (гуманитарный корпус), аудитория № 213 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 218 (гуманитарный корпус), аудитория № 220 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 221 (гуманитарный корпус), аудитория № 222 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4), аудитория № 301 (гуманитарный корпус), аудитория № 305 (гуманитарный корпус), аудитория № 307 (гуманитарный корпус), аудитория № 308 (гуманитарный корпус), аудитория № 309 (гуманитарный корпус), лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а (гуманитарный корпус), лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в (гуманитарный корпус).

5. помещения для самостоятельной работы: аудитория № 302 читальный зал (гуманитарный корпус).

6. помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования: аудитория № 115 (помещение, ул. Карла Маркса, д.3, корп.4), 118 (помещение, ул.Карла Маркса, д.3, корп.4)

аудитория № 221
учебная мебель, доска.

аудитория № 222
учебная мебель, доска.

аудитория № 301
учебная мебель, экран на штативе, проектор aser.

аудитория № 302
учебная мебель, персональный компьютер в комплекте hp, моноблок, персональный компьютер в комплекте моноблок игu.

аудитория № 305
учебная мебель, доска, проектор infocus.

аудитория № 307
учебная мебель, доска.

аудитория № 308
учебная мебель, доска.

аудитория № 309
учебная мебель, доска.

лаборатория исследования процессов в экономике и управлении № 311а
учебная мебель, доска, персональный компьютер lenovo thinkcentre – 16 шт.

лаборатория информационных технологий в экономике и управлении № 311в
учебная мебель, доска, персональный компьютер в комплекте № 1 игu corp 510 – 14 шт.

аудитория № 312
учебная мебель, доска.

ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, ФИНАНСОВ И БИЗНЕСА

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Бизнес-аналитика»
на 5 семестр
очной формы обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3/108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	32
лекций	16
практических/ семинарских	16
лабораторных	0
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) ФКР	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	38,8
Учебных часов на подготовку к экзамену (контроль)	36

Форма(ы) контроля:
экзамен на 5 семестре

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ	ЛР	СР		
	Модуль 1. Основы бизнес -аналитики						
1	Data-driven менеджмент. Работа с аналитиком в команде.	2	0		2	Изучение литературы, подготовка к опросу, дискуссии, решение кейса	Тесты, опрос, дискуссия, кейс
2	Введение в метрики. Проектирование систем KPI в компании	4	2		4	Изучение литературы, подготовка к опросу, дискуссии, подготовка доклада	Тесты, опрос, дискуссия, доклад
	Модуль 2. Бизнес-аналитика в организации						
3	Корпоративная аналитика	2	4		10	Выполнение лабораторной работы, подготовка к экзамену	Лабораторная работа, проект внедрения системы бизнес-аналитики в компании
4	Маркетинговая аналитика	2	4		10	Выполнение лабораторной работы, подготовка к экзамену	Лабораторная работа, проект внедрения системы бизнес-аналитики в компании
5	Продуктовая аналитика	2	4		10	Выполнение лабораторной работы, подготовка к экзамену	Лабораторная работа, проект внедрения системы бизнес-аналитики в компании
6	Внедрение бизнес-аналитики в организацию.	4	2		2,8	Выполнение лабораторной работы, подготовка к экзамену	Лабораторная работа, проект внедрения системы бизнес-аналитики в компании
	Экзамен						
	Всего часов:	16	16		38,8		