

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
Экономический факультет

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании

Кафедра «**Экономической безопасности, анализа и аудита**»
Экономического факультета

Образовательная программа
38.04.01 Экономика

Магистерская программа
«**Финансовый аналитик**»

Уровень высшего образования
магистратура

Форма обучения
очная, очно-заочная

Статус дисциплины: *входит в часть ОПОП, формируемую участниками образовательных отношений*

Махачкала, 2021год

Рабочая программа дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика (уровень магистратуры) от 11 августа 2020 г. № 939

Разработчик: кафедра «Экономической безопасности, анализа и аудита» к.э.н., доцент Мамаева У.З.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Экономическая безопасность, анализ и аудит»
от «30» июня 2021г., протокол № 10 _____ Гаджиев Н.Г.
(подпись)

на заседании Методической комиссии экономического факультета
от «5» июля 2021г., протокол № 10

Председатель _____ Сулейманова Д.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим
управлением «9» июля 2021г.

Начальник УМУ _____ Гасангаджиева А.Г.
(подпись)

Раздел программы	Стр.
Аннотация рабочей программы дисциплины	4
1. Цели освоения дисциплины	5
2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры	5
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)	5
4. Объем, структура и содержание дисциплины	5
5. Образовательные технологии	11
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов	11
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля	15

СОДЕРЖАНИЕ

успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины	
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	20
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	20
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем	21
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	21

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы магистратуры, по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансовый аналитик».

Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Экономической безопасности, анализа и аудита».

Бизнес-анализ (англ. businessanalysis) — деятельность, которая делает возможным проведение изменений в организации, приносящих пользу заинтересованным сторонам, путём выявления потребностей и обоснования решений, описывающих возможные пути реализации изменений.

Основная задача бизнес-анализа — это сделать возможным проведение изменений в организации, путем реализации выбранного решения. Решение разрабатывается с целью устранения выявленных в процессе бизнес-анализа бизнес-проблем. Понятие решение включает в себя широкий диапазон возможных путей устранения выявленных бизнес-проблем: разработка новых или изменение существующих бизнес-процессов или бизнес-правил, оптимизация организационной структуры организации, разработка новых стратегических планов организации и т.п.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных - ПК-2; ПК-3.

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетных единиц, в том числе в академических часах 108 часа по видам учебных занятий

Очная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	Всего	в том числе							
		Контактная работа обучающихся с преподавателем							СРС, в том числе зачет
		Всего	из них						
Лекции	Лабораторные занятия		Практические занятия	КСР	консультации				
3	108	108	18		16	74		зачет	

Очная-заочная форма обучения

Семестр	Учебные занятия							Форма промежуточной аттестации (зачет, дифференцированный зачет, экзамен)	
	Всего	в том числе							
		Контактная работа обучающихся с преподавателем							СРС, в том числе зачет
		Всего	из них						
Лекции	Лабораторные занятия		Практические занятия	КСР	консультации				
4	108	108	8		8	92		зачет	

1. Цели освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» соотносятся с общими целями ОПОП ВОпо направлению: 38.04.01 Экономика, магистерская программа: «Финансовый аналитик».

Цель освоения дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» - всестороннее изучение бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений образовательной программы магистратуры, по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, направленность (профиль) «Финансовый аналитик».

Изучение данной дисциплины базируется на предварительном изучении студентами таких дисциплин как: бухгалтерский учет, экономика предприятий и фирм, статистика, бухгалтерский управленческий и финансовый учет, налоги и налогообложение, финансовый менеджмент.

Изучение дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» должно предшествовать изучению дисциплин: «Аналитическое обоснование бизнес-процессов» и т.д.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения)

Код и наименование компетенции из ОПОП	Код и наименование индикатора достижения компетенций (в соответствии с ОПОП)	Планируемые результаты обучения	Процедура освоения
ПК-2. Способен собрать информацию, планировать и организовывать и аналитическую работу, в том числе с примене-	ПК-2.И-1 Собирает и анализирует информацию, необходимую для проведения бизнес-анализа, в том числе с применением информацион-	Знает: источники анализа информации и способы ее сбора, программные средства бизнес-анализа; Умеет: анализировать	Устный и письменный опрос, выполнение кейс-заданий,

<p>нием информационных технологий, оценивать эффективность проводимого бизнес-анализа в организации, использовать результаты анализа в управлении бизнесом, разрабатывать варианты управленческих решений и аналитически обосновывать их на основе критериев финансовой эффективности.</p>	<p>ных технологий</p>	<p>информацию, необходимую для проведения бизнес-анализа Владеет навыками применения информационных технологий для проведения бизнес-анализа</p>	<p>написание доклада, тестирование, дискуссия</p>
	<p>ПК-2.И-2 Планирует и организует аналитическую работу на экономических субъектах, в том числе с применением информационных технологий</p>	<p>Знает методы и способы проведения маркетингового, финансового, управленческого анализа и оценки бизнес-моделей; Умеет планировать и организовывать и аналитическую работу на экономических субъектах различных видов деятельности</p>	
	<p>ПК-2.И-3 Оценивает эффективность проводимого бизнес-анализа в организации, анализирует и оценивает предпринимательские риски</p>	<p>Знает аналитические методы оценки эффективности бизнеса, оценки и анализа предпринимательских рисков; Умеет анализировать предпринимательские риски и оценивать эффективность проводимого бизнес-анализа</p>	
	<p>ПК-2.И-4 Использует результаты анализа в управлении бизнесом и разрабатывает аналитически обоснованные варианты управленческих решений на основе критериев финансовой эффективности.</p>	<p>Знает критерии эффективности управленческих решений в бизнесе и методы их обоснования; Умеет использовать результаты анализа в управлении бизнесом; Владеет навыками разработки обоснованных управленческих решений в бизнесе и диагностики предпринимательской деятельности</p>	
<p>ПК-3 Способен выявлять, анализировать и оценивать изменения текущего и будущего состояний организа-</p>	<p>ПК-3.И-1 Анализирует предпринимательскую деятельность и осуществляет ее диагностику</p>	<p>Знает методику управленческого анализа; Умеет анализировать предпринимательскую</p>	<p>Устный и письменный опрос, выполнение кейс-</p>

ции и ее бизнес-процессов, а также стоимости бизнеса, аналитически обосновывать тактические и стратегические управленческие решения в различных сферах деятельности, проводить мониторинг процесса стратегических изменений в организации		деятельность различных экономических субъектов; Владеет навыками диагностики предпринимательской деятельности	заданий, написание доклада, тестирование, дискуссия
	ПК-3.И-2 Разрабатывает аналитически обоснованные тактические и стратегические управленческие решения в различных сферах предпринимательской деятельности	Умеет аналитически обосновывать управленческие решения в различных сферах деятельности; Владеет навыками разработки тактических и стратегических управленческих решений в различных сферах предпринимательской деятельности	

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины (форма обучения – очная).

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Основы бизнес-анализа								
1	Бизнес-анализ – современное направление аналитической работы	3	4	2			12	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, решение задач
2	Стратегические аспекты бизнеса	3	2	2			14	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, решение задач
	<i>Итого по модулю 1: 36ч</i>	3	6	4			26	Контрольная работа
Модуль 2. Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании								
3	Сущность бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании	3	2	4			12	Опросы, представление докладов, участие

								в дискуссиях, решение задач
4	Задачи, предмет и метод бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании	3	4	2			12	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, решение задач
	<i>Итого по модулю 2: 36ч</i>		6	6			24	Контрольная работа
Модуль 3. Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании								
5	Методика бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании	3	4	4			12	
6	Роль бизнес-анализа в зависимости от типов проектов в маркетинговой деятельности компании	3	2	2			12	
	<i>Итого по модулю 2: 36ч</i>	3	6	6			24	Контрольная работа
	ИТОГО:	3	18	16			74	Зачет

Структура дисциплины (форма обучения – очно-заочная).

№ п/п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные занятия	Контроль самост. раб.		
Модуль 1. Основы бизнес-анализа								
1	Бизнес-анализ – современное направление аналитической работы	4	2	2			14	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, решение задач
2	Стратегические аспекты бизнес-анализа	4	2	2			14	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, решение задач
	<i>Итого по модулю 1: 36ч</i>	4	4	4			28	Контрольная работа
Модуль 2. Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании								
3	Сущность бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании	4	2	2			14	Опросы, представление докладов, участие в дискуссиях, решение задач
4	Задачи, предмет и метод бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компа-	4	2	2			14	Опросы, представление докладов, участие

	нии							в дискуссиях, решение задач
	<i>Итого по модулю 2: 36ч</i>		4	4			28	Контрольная работа
Модуль 3. Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании								
5	Методика бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании	4					18	
6	Роль бизнес-анализа в зависимости от типов проектов в маркетинговой деятельности компании	4					18	
	<i>Итого по модулю 2: 36ч</i>	4					36	Контрольная работа
	ИТОГО:	4	8	8			92	Зачет

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

4.3.1. Содержание лекционных занятий по дисциплине.

МОДУЛЬ 1. Основы бизнес-анализа

Тема 1. Бизнес-анализ – современное направление аналитической работы

Причины возникновения и этапы становления бизнес-анализа. Роль бизнес-аналитика в современной коммерческой организации. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа

Тема 2. Стратегические аспекты бизнес-анализа

Этапы становления стратегического анализа. Бизнес-анализ в системе стратегического рыночного управления. Типы и виды стратегий и особенности их идентификации на различных стадиях жизненного цикла организаций. Методика внешнего стратегического анализа. Понятие и методика аналитического обоснования ключевых факторов успеха. Методика внутреннего стратегического анализа. Перспективные методики стратегического анализа

МОДУЛЬ 2. Основы бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании

Тема 3. Сущность бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании

Роль бизнес-анализа в управлении современной организацией. Бизнес-аналитик: задачи и функции, обзор профессионального стандарта Минтруда РФ. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа

Тема 4. Задачи, предмет и метод бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

Задачи бизнес-анализа. Предмет и объекты бизнес анализа. Методы бизнес-анализа и их особенности. Планирование и мониторинг активностей организации. Выявление, сбор, обработка и хранение информации. Техники организации взаимодействия с заинтересованными лицами

МОДУЛЬ 3. Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании

Тема 5. Методика бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

Специфические приемы и способы, характерные для бизнес-анализа. Эвристические методы анализа. Вербальный анализ. Информационное обеспечение бизнес-анализа.

Тема 6. Роль бизнес-анализа в зависимости от типов проектов в маркетинговой деятельности компании

Роль бизнес-анализа в зависимости от типов проектов в маркетинговой деятельности компании

4.3.2. Содержание практических занятий по дисциплине.

МОДУЛЬ 1. Основы бизнес-анализа

Тема 1. Бизнес-анализ – современное направление аналитической работы

Цель семинарского (практического) занятия – изучить бизнес-анализ как современное направление аналитической работы

Вопросы к теме:

1. Причины возникновения и этапы становления бизнес-анализа.
2. Роль бизнес-аналитика в современной коммерческой организации.
3. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа

Ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п.8 (1,2,3,4,7)

Тема 2. Стратегические аспекты бизнес-анализа

Цель семинарского (практического) занятия – изучить стратегические аспекты бизнес-анализа

Вопросы к теме:

1. Этапы становления стратегического анализа.
2. Бизнес-анализ в системе стратегического рыночного управления.
3. Типы и виды стратегий и особенности их идентификации на различных стадиях жизненного цикла организаций.
4. Методика внешнего стратегического анализа.
5. Понятие и методика аналитического обоснования ключевых факторов успеха.

6. Методика внутреннего стратегического анализа.

7. Методики стратегического анализа

Ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п.8 (1,2,3,4,7)

МОДУЛЬ 2. Основы бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании

Тема 3. Сущность бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании

Цель семинарского (практического) занятия- изучить сущность бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании

Вопросы к теме:

1. Роль бизнес-анализа в управлении современной организацией.
2. Бизнес-аналитик: задачи и функции, обзор профессионального стандарта Минтруда РФ.
3. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа

Ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п.8 (1,2,3,4,7)

Тема 4. Задачи, предмет и метод бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

Цель семинарского (практического) занятия- изучить задачи, предмет и метод бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

Вопросы к теме:

1. Задачи бизнес-анализа.
2. Предмет и объекты бизнес анализа. Методы бизнес-анализа и их особенности. Планирование и мониторинг активностей организации.
3. Выявление, сбор, обработка и хранение информации. Техники организации взаимодействия с заинтересованными лицами

Ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п.8 (1,2,3,4,7)

МОДУЛЬ 3. Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании

Тема 5. Методика бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

Цель семинарского (практического) занятия- изучить методику бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании.

Вопросы к теме:

1. Специфические приемы и способы, характерные для бизнес-анализа.
2. Эвристические методы анализа. Вербальный анализ.
3. Информационное обеспечение бизнес-анализа.

Ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п.8 (1,2,3,4,7)

Тема 6. Роль бизнес-анализа в зависимости от типов проектов в маркетинговой деятельности компании

Цель семинарского (практического) занятия- изучить роль бизнес-анализа в зависимости от типов проектов в маркетинговой деятельности компании

Вопросы к теме:

1. Особенности бизнес-анализа в проектах по методологии

2. Роль бизнес-анализа при внедрении изменений

Ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п.8 (1,2,3,4,7)

5. Образовательные технологии

Современные образовательные технологии в преподавании дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» ориентированы на реализацию инновационных методов обучения как слагаемых учебного процесса. Они учитывают преимущества компетентного подхода к изучению дисциплины, обеспечивают повышение качества знаний, необходимых для профессиональной деятельности бухгалтеров.

Для проведения лекционных и практических занятий используются различные образовательные технологии с использованием активных и интерактивных форм обучения.

Лекции проводятся с использованием средств визуализации лекционного материала (мультимедийных презентаций) и применением таких методов и технологий, как тематическая дискуссия, проблемная лекция, обзорная лекция, лекция-информация с использованием фактических данных и т.п.

При ведении практических занятий по данной дисциплине используются такие стандартные методы обучения, как тестирование, фронтальный опрос, индивидуальный опрос, решение кейса задач, метод малых групп и т.п. При проведении практических занятий в интерактивной форме используются следующие методы: анализ конкретных ситуаций, тематическая групповая дискуссия, деловая игра, блиц-опрос, проблемный семинар, научный кружок.

В учебном процессе также могут использоваться дистанционные формы обучения.

К участию в проведении занятий привлекаются также представители российских компаний, государственных и общественных организаций.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Для теоретического и практического усвоения дисциплины большое значение имеет самостоятельная работа студентов, она осуществляется студентами индивидуально и под руководством преподавателя.

Самостоятельная работа по дисциплине, предусмотренная учебным планом в объеме 74(92) часов, направлена на более глубокое усвоение изучаемого курса, формирование навыков исследовательской работы и ориентирование студентов на умение применять теоретические знания на практике.

Основными видами самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании» выступают следующие:

- 1) проработка учебного материала;
- 2) работа с электронными источниками;
- 3) выполнение кейс-заданий и решение задач;
- 4) обработка аналитических данных;
- 5) подготовка докладов к участию в тематических дискуссиях;
- 6) работа с тестами и вопросами;
- 7) написание рефератов.

Виды и формы контроля самостоятельной работы студентов в рамках освоения дисциплины «Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании»

Разделы дисциплины	Виды самостоятельной работы (и ссылки на литературу ¹)	Количество часов	Форма контроля
<u>Раздел 1.</u> Основы бизнес-анализа	проработка учебного материала, работа с электронными источниками, подготовка докладов к участию в тематических дискуссиях, работа с тестами и вопросами, написание рефератов. (1,2,3,4,7,8,9)	26 (28)	
<u>Раздел 2.</u> Основы бизнес-анализа в маркетинговой деятельности компании	проработка учебного материала, работа с электронными источниками, подготовка докладов к участию в тематических дискуссиях, работа с тестами и вопросами, написание рефератов. (1,2,3,4,7,8,9)	24(28)	Дискуссия, опрос, защита рефератов
<u>Раздел 3.</u> Бизнес-анализ в маркетинговой деятельности компании	проработка учебного материала, работа с электронными источниками, подготовка докладов к участию в тематических дискуссиях, работа с тестами и вопросами, написание рефератов. (1,2,3,4,7,8,9)	24(36)	Дискуссия, опрос, проверка домашнего задания, защита рефератов
Итого		74 (92)	

Написание реферата используется в учебном процессе с целью развития у студентов умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов. С помощью рефератов студент глубже изучает разделы и темы дисциплины, учится логически мыслить, оформлять, докладывать, презентовать и защищать результаты самостоятельно проведенного научного исследования.

Процесс подготовки, написания и защиты реферата включает:
- выбор темы;

¹ Дается ссылка на учебно-методическую литературу, указанную в п. 8.

- подбор специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание и оформление текста (5-15 машинописных страниц);
- подготовка тезисов доклада (на 7-10 минут);
- устное изложение в виде доклада, в том числе виде презентации.

Выбор темы реферата осуществляется в соответствии с предложенной преподавателем тематикой. В отдельных случаях студент может выбрать для своего реферата тему в соответствии с направлением его НИР.

Материал в реферате располагается в следующей последовательности:

- титульный лист;
- план работы;
- введение;
- текст работы (разбитый на разделы);
- заключение
- список литературы.

Содержание реферата студент докладывает на практическом занятии, заседании научного кружка, научно-практической конференции. По результатам написания, защиты и обсуждения студенту выставляется соответствующий балл за СРС (1-10 баллов).

Примерная тематика рефератов по дисциплине

1. Роль бизнес-анализа в управлении современной организацией.;
2. Бизнес-аналитик: задачи и функции, обзор профессионального стандарта Минтруда РФ.;
3. Базовые компетенции бизнес-аналитика по ВАВОК Guide 3.0.
4. Основные понятия и терминология ВАВОК Guide 3.0.
5. Заинтересованные лица и их классификация.;
6. Согласование результатов.
7. Анализ требований.;
8. Виды отношений между требованиями, цели и способы их трассировки.
9. Цели поддержания требований и способы их повторного использования.
10. Методы приоритизации требований.
11. Верификация требований.
12. Валидация требований.
13. Анализ и отработка влияния изменений требований.
14. Разрешение конфликтов и получение одобрения требований.
15. Выявление и анализ проблем бизнеса, поиск путей их решения.
16. Взаимоотношения с заинтересованными сторонами.
17. Анализ бизнес-процессов.
18. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа.
19. Показатели для анализа бизнес-моделей.

20. Ракурсы бизнес-анализа.
21. Задачи бизнес-анализа.
22. Предмет и объекты бизнес анализа.
23. Методы бизнес-анализа и их особенности.
24. Планирование и мониторинг активностей организации.
25. Выявление, сбор, обработка и хранение информации.
26. Техники организации взаимодействия с заинтересованными лицами.
27. Основы описания бизнес-процессов по методологии SPP (схема – процесс – продукт).
28. Оценка трудоемкости работ.
29. Определение и оценка рисков.
30. Описание и согласование подхода к бизнес-анализу.
31. Определение руководящих правил и зон ответственности при проведении бизнес-анализа.
32. Определение форматов, методов и инструментов, подлежащих использованию для управления информацией бизнес-анализа.
33. Управление жизненным циклом требований.
34. Анализ требований и разработка дизайнов решений.
35. Оценка эффективности решений.
36. Специфические приемы и способы, характерные для бизнес-анализа.
37. Эвристические методы анализа.
38. Вербальный анализ.
39. Информационное обеспечение бизнес-анализа.
40. Оценка успешности проведенных изменений.
41. Модель базовых понятий бизнес-анализа в оценке эффективности решения.
42. Измерение эффективности решения.
43. Анализ результатов измерения эффективности.
44. Оценка ограничений решения и организации.
45. Разработка рекомендаций по увеличению эффективности решения.
46. Базовые понятия Agile-подхода
47. Особенности бизнес-анализа в проектах по методологии
48. Роль бизнес-анализа при внедрении изменений

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины.

7.1. Типовые контрольные задания

Примерные тестовые задания

1. Первая, основная стадия контроля
 - а. Стадия определения вопроса

- b.* Стадия постановки проблемы, подлежащей решению
 - c.* Стадия проверки
 - d.* Стадия оформления документального заключения
2. Основная цель экономического контроля с позиции государства
- a.* Выявление нарушений
 - b.* Выявление ответственных лиц виновных в злоупотреблениях
 - c.* Обеспечение нормального функционирования экономической системы государства и ее элементов
 - d.* Проведение наказания выявленных виновных лиц
3. Предупредительная функция контроля позволяет
- a.* Предупреждать нарушения действующего законодательства, пресечь попытки нерационального использования средств
 - b.* Регулировать мероприятия по достижению цели
 - c.* Анализировать результаты деятельности по достижению поставленной цели
 - d.* Реализовывать мероприятия по достижению поставленной цели
4. Регулятивная функция контроля включает в себя стадии
- a.* Постановка проблемы, подлежащей решению
 - b.* Стадия определения (установления) цели
 - c.* Стадия регулирования мероприятий по достижению поставленной цели
 - d.* Стадия контроля(анализа и оценки) результатов деятельности по достижению поставленной цели
5. Оценочно-аналитическая функция проявляется на стадиях
- a.* Реализации мероприятий по достижению цели
 - b.* Планирования мероприятий по достижению цели
 - c.* Постановки проблемы, подлежащей решению
 - d.* Контроля (анализа и оценки) результатов деятельности по достижению поставленной цели
6. Принцип соответствия –это
- a.* Соответствие контроля целям и задачам
 - b.* Исправление отрицательных результатов контроля и возмещение ущерба
 - c.* Составление плана и программы контрольного мероприятия
 - d.* Всесторонность и повсеместность контроля

7. Принцип эффективности- это
- Исправление отрицательных результатов контроля и возмещение ущерба
 - Составление плана и программы контрольного мероприятия
 - Всесторонность и повсеместность контроля
 - Периодическая систематичность и комплексность контроля
8. Целью контроля в экономике является
- Содействие достижению целей управления экономикой
 - Привлечение к ответственности лиц, виновных в нарушении финансовой дисциплины
 - Выявление лиц, ответственных за финансовые нарушения
 - Реализация и регулирование мероприятий по достижению поставленных целей
9. Объектами финансово-экономического управления контроля являются
- носители практической деятельности по осуществлению контроля
 - объекты управления
 - состояние и поведение объекта управления
 - субъекты контроля
10. Предметом контроля являются
- Состояние и поведение объекта контроля
 - Органы и организации, осуществляющие финансово-экономический контроль
 - Объекты контроля
 - Методы, приемы и процедуры выявления отклонений от заданных параметров цели управления

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины (зачет, 3 семестр)

- Роль бизнес-анализа в управлении современной организацией.
- Бизнес-аналитик: задачи и функции, обзор профессионального стандарта Минтруда РФ.
- Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа
- Задачи бизнес-анализа.
- Предмет и объекты бизнес анализа. Методы бизнес-анализа и их особенности. Планирование и мониторинг активностей организации.
- Выявление, сбор, обработка и хранение информации. Техники организации взаимодействия с заинтересованными лицами
- Специфические приемы и способы, характерные для бизнес-анализа.
- Эвристические методы анализа. Вербальный анализ.
- Информационное обеспечение бизнес-анализа.

10. Особенности бизнес-анализа в проектах по методологии
11. Роль бизнес-анализа при внедрении изменений
12. Причины возникновения и этапы становления бизнес-анализа.
13. Роль бизнес-аналитика в современной коммерческой организации.
14. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа
15. Стратегические аспекты бизнес-анализа
16. Этапы становления стратегического анализа.
17. Бизнес-анализ в системе стратегического рыночного управления.
18. Типы и виды стратегий и особенности их идентификации на различных стадиях жизненного цикла организаций.
19. Методика внешнего стратегического анализа.
20. Понятие и методика аналитического обоснования ключевых факторов успеха.
21. Методика внутреннего стратегического анализа.
22. Перспективные методики стратегического анализа

7.2. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля - 70% и промежуточного контроля - 30%.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 10 баллов (на каждом занятии),
- участие на практических занятиях 70 - баллов (на каждом занятии),
- выполнение самостоятельной работы - 20 баллов.
- выполнение контрольных работ - 100 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 50 баллов,
- решение задачи - 50 баллов

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

а) основная литература:

1. Основы бизнес-анализа. Учебное пособие / Под ред. Бариленко В.И.. - М.: КноРус, 2019. - 56 с.
2. Усенко, Л.Н. Бизнес-анализ деятельности организации: Учебник / Л.Н. Усенко, Ю.Г. Чернышева, Л.В. Гончарова и др. - М.: Альфа-М, 2015. - 512 с.

б) дополнительная литература:

3. Карлберг, К. Бизнес-анализ с использованием Excel / К. Карлберг. - М.: Диалектика, 2019. - 576 с
4. Гладкий А. Бизнес-планирование и анализ инвестиционных проектов на компьютере. М., 2020 - URL:

https://royallib.com/book/gladkiy_aleksey/biznes_planirovanie_i_analiz_investitsionnih_proektov_na_kompyutere.html [электронный ресурс](дата обращения 12.08.2021).

5. 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> (дата обращения: 01.08.2021). – Библиогр.: с. 97. – ISBN 978-5-4499-0006-7. – DOI 10.23681/576480. – Текст : электронный.

6. Вдовин, В. М. Теория систем и системный анализ : учебник / В. М. Вдовин, Л. Е. Суркова, В. А. Валентинов. – 5-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 644 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573179> (дата обращения: 01.08.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-03716-0. – Текст : электронный.

7. Юрген В. Логистический контроллинг: концепция и эмпирическое исследование / В. Юрген, Б. Ханне // Логистика сегодня. № 2. 2004.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]– URL: <http://www.economy.gov.ru> (дата обращения 15.06.2021)

Официальный сайт Министерства финансов РФ [Электронный ресурс]– URL: <http://www.economy.gov.ru/https://www.minfin.ru/ru/> (дата обращения 15.08.2021)

2. Информационный Портал «Бухгалтерия Онлайн» URL: <http://www.buhonline.ru> (дата обращения 10.06.2021).

3. Государственные программы Российской Федерации: Официальный портал госпрограмм РФ. [Электронный ресурс]. URL: <http://programs.gov.ru/portal> (дата обращения 12.03.2021).

4. Сайт Института профессиональных бухгалтеров России [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ipbr.ru> (дата обращения 11.04.2021).

5. Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]– URL: <http://www.consultant.ru> (дата обращения 08.06.2021).

6. Информационно-правовой портал «Гарант.ру» [Электронный ресурс]– URL: <http://www.garant.ru> (дата обращения 05.06.2021).

7. Электронный каталог НБ ДГУ [Электронный ресурс]: база данных содержит сведения о всех видах литературы, поступающих в фонд НБ ДГУ/Дагестанский гос. ун-т. – Махачкала, 2018. – URL: <http://elib.dgu.ru> (дата обращения 21.03.2021).

8. eLIBRARY.RU[Электронный ресурс]: электронная библиотека / Науч. электрон. б-ка. — Москва. — URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp> (дата обращения 05.02.2021).

9. Moodle[Электронный ресурс]: система виртуального обучения: [база данных] / Даг. гос. ун-т. — г. Махачкала. — Доступ из сети ДГУ или, после регистрации из сети ун-та, из любой точки, имеющей доступ в интернет. — URL: <http://moodle.dgu.ru/>(дата обращения 21.03.2021).

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Оптимальным путем освоения дисциплины является посещение всех лекций и семинаров и выполнение предлагаемых заданий в виде рефератов, докладов, тестов, кейс-заданий и устных вопросов.

На лекциях рекомендуется деятельность студента в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. На практических занятиях деятельность студента заключается в активном обсуждении вопросов темы, тематических докладов, рефератов, решении ситуаций задач, кейсов, выполнении контрольных заданий и т.п.

При подготовке к практическому занятию студенты должны изучить конспект лекций по заданной теме, ознакомиться с соответствующим разделом в учебнике, рекомендованном в качестве основной литературы, с дополнительной литературой, периодическими изданиями, интернет-источниками.

Форма работы с литературой может быть разнообразной начиная от комментированного чтения и кончая выполнением различных заданий на основе прочитанной литературы. Например; составление плана, подбор выписок из литературы по заданным вопросам; конспектирование текста.

Подготовка к зачету предполагает изучение конспектов лекций, рекомендуемой литературы, повторение материалов практических занятий

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

В процессе преподавания дисциплины предполагается использование современных технологий визуализации учебной информации (создание и демонстрация презентаций), использование ресурсов электронной информационно-образовательной среды университета.

При проведении данной дисциплины используется следующее лицензионное программное обеспечение общего назначения и информационные справочные системы: прикладные программы пакета OfficeStd 2016 RUSOLPNLAcadmс (MicrosoftOfficeWord для создания текстовых файлов; MicrosoftOfficeExcel для составления аналитических таблиц и рас-

чета показателей; MicrosoftOfficePowerPoint для создания презентаций, визуального сопровождения докладов), Справочно Правовая Система Консультант Плюс, Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ», AuditExpert 4 Версия Tutorial

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Для проведения занятий по дисциплине используются специальные помещения - учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с достаточным количеством посадочных мест, укомплектованные специализированной мебелью. Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа оснащены современным демонстрационным (мультимедийным) оборудованием для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.