

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Таскаев Сергей Валерьевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 03.08.2026 12:46:55
Уникальный программный ключ:
04c19ed8bfb98f3b6cb77a486b9a8788b8322323



МИНОБРНАУКИ России
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ»)
Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика
в маркетинге и логистике
по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности
(профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».

Версия документа - 1

стр. 1 из 15

Первый экземпляр _____

КОПИЯ № _____

**Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)
Б1.В.ДВ.04.02 Бизнес аналитика в маркетинге и логистике**

Направление подготовки (специальность)

38.03.02 Менеджмент

Направленность (профиль)

Маркетинг и логистика в бизнесе

Присваиваемая квалификация (степень)

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год(ы) набора 2026

*Рабочая программа дисциплины (модуля) адаптирована для инклюзивного обучения
инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Челябинск 2026 г.

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 2 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

38.03.02 Менеджмент

(указать код и наименование подготовки)

направленность (профиль) __Маркетинг и логистика ,

(указать наименование профиля)

фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине,
 Б1.В.ДВ.04.02 «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике»

(указать индекс и наименование дисциплины)

2026 год набора, очная форма обучения:

указать форму обучения

Утвержден:

Проректор по учебной работе утверждено 02/03/2026

А.А. Саламатов

Согласован:

Ученым советом факультета экономики и управления
 Протокол заседания от «24» Февраля 2026 г. № 11

Председатель Ученого совета

Факультета экономики и управления

А.А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания от «29» января 2026 г. № 6

Заведующий кафедрой согласовано

И.А. Данилов

Автор (составитель)

М.А. Пестунов

Структура фонда оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от 27.09.2022 г. № 573-1 «Об утверждении шаблонов документов».

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 3 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Содержание

1. Паспорт фонда оценочных средств
2. Перечень формируемых компетенций
 - 2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной
3. Содержание оценочных средств по дисциплине
 - 3.1. Виды оценочных средств
 - 3.2. Содержание оценочных средств
4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации
 - 4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации
 - 4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств
 - 4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций.

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 4 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

1. Паспорт фонда оценочных средств

Направление подготовки (специальности) __ 38.03.02 Менеджмент

(указать код и наименование в соответствии с ФГОС)

Направленность (профиль) Маркетинг и логистика в бизнесе

(указать наименование)

Дисциплина Б1.В.ДВ.04.02 «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике»

(указать индекс и наименование дисциплины)

Семестр(ы) изучения: _____ 8 _____

(указать № семестра(ов))

Форма (ы) промежуточной аттестации: __ экзамен _____

(указать форму(ы) промежуточной аттестации

(зачет, зачет с оценкой, экзамен, курсовая работа и т.д.)

для каждого семестра отдельно)

2. Перечень формируемых компетенций

2.1. Компетенции, закреплённые за дисциплиной

Изучение дисциплины «Бизнес аналитика в цифровой экономике»

(указать индекс и наименование дисциплины)

направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенции согласно ФГОС	Индикаторы достижения компетенций согласно ОПОП ВО	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
1	2	3
ПК-1. Владеет технологией проведения маркетингового исследования	1.1 Применяет знания для подготовки к проведению маркетингового исследования 1.2. Применяет знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга 1.3. Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Знать технологию проведения маркетингового исследования Уметь владеть технологией проведения маркетингового исследования Владеть навыками проведения маркетингового исследования
ПК-2. Способен применять знания для организации процесса перевозок груза в цепи поставок	2.1 Применяет знания для организации логистической деятельности по перевозке в цепи поставок 2.2. Применяет знания для работы с подрядчиками на рынке транспортных услуг	Знать процессы организации логистических систем, сетей и цепей поставок в бизнес аналитике в логистике Уметь осуществлять тактическое управление процессами организации логистических систем, сетей и цепей поставок в бизнес аналитике в логистике

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 5 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	2.3. Владеет навыками организации процесса повышения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок	Владеть навыками тактического управления процессами организации логистических систем, сетей и цепей поставок в бизнес аналитике в логистике
--	--	--

3. Содержание оценочных средств по дисциплине

3.1 Виды оценочных средств

Код, наименование компетенции согласно ФГОС	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине	Контролируемые темы/разделы (номер и название раздела из РПД п.2.2)	Семестр	Номер задания	Наименование оценочного средства
ПК-1. Владеет технологией проведения маркетингового исследования	1.1 Применяет знания для подготовки к проведению маркетингового исследования	1 Понятие бизнес-аналитики. Цели и задачи бизнес-аналитики. Входная информация для бизнес-анализа. Стандарт BABOK v3. Обязанности бизнес-аналитика.	8	1	Задание закрытого типа на Подготовку маркетинговых исследований
	1.2. Применяет знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Модели и методы бизнес-аналитики	8	2	Задание закрытого типа на применение инструментов исследования
	1.3. Владеет навыками формирования предложений по улучшению системы продвижения товаров (услуг) организации	Модели и методы бизнес-аналитики Интеллектуальный анализ данных (Data Mining)	8	3	Задание закрытого типа на применение инструментов исследования
ПК-2. Способен применять знания для организации процесса перевозок груза в цепи поставок	2.1 Применяет знания для организации логистической деятельности по перевозке в цепи поставок	Модели и методы бизнес-аналитики Интеллектуальный анализ данных (Data Mining)	8	4	Задание закрытого типа классификация видов знания
	2.2. Применяет знания для работы с подрядчиками на	Модели и методы бизнес-аналитики: классификация, сфера	8	5	Задание закрытого типа на принятие

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 6 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

	рынке транспортных услуг	применения. SWOT-анализ в системе функциональных стратегий предприятия			управленчески х решений в области бизнес аналитики
	2.3. Владеет навыками организации процесса повышения качества оказания логистических услуг по перевозке грузов в цепи поставок	PEST-анализ с экспертными оценками / Многокритериальная оценка альтернатив развития /	8	6	Задание закрытого типа Обзор рынка инструменталь ных решений.
			8		
.....					

3.2 Содержание оценочных средств

*Необходимо привести **полное** содержание оценочных средств (базу вопросов, полные комплекты заданий и т.п.). Количество заданий от 10 до 25.*

Пример:

*Часть 1. База тестовых вопросов **закрытого типа***

Задание 1 (Задание закрытого типа на установление последовательности)

Прочитайте текст и установите последовательность действий при определении Цели и задачи бизнес-аналитики. Входная информация для бизнес-анализа.

Проект выполняется обучающимися самостоятельно в течение семестра и включает задания для проверки знаний и умений обучающихся в рамках применения методов и моделей бизнес-анализа в управленческой деятельности:

- проведение SWOT-анализа;
- проведение PEST-анализа;
- определение основных проблем организации, путей их решения, многокритериальная оценка альтернатив;
- финансовый анализ деятельности компании.

• **здел 1. Базовые понятия бизнес-анализа**

1. Что является основной целью бизнес-анализа в маркетинге и логистике?

- а) Увеличение штата сотрудников
- б) Поддержка принятия обоснованных управленческих решений на основе данных
- в) Снижение качества продукции
- г) Упрощение отчетности

2. Какой из перечисленных инструментов НЕ относится к методам бизнес-

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 7 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

анализа?

- а) SWOT-анализ
- б) PEST-анализ
- в) Метод Дельфи
- г) Метод случайных чисел ✓

3. Верно ли утверждение: «KPI — это количественные показатели, позволяющие оценить эффективность бизнес-процессов»?

- а) Верно
- б) Неверно

Раздел 2. Бизнес-анализ в маркетинге

4. Какой показатель лучше всего отражает эффективность маркетинговых инвестиций?

- а) Общее количество лайков в соцсетях
- б) ROMI (Return on Marketing Investment) ✓
- в) Количество сотрудников в отделе маркетинга
- г) Частота публикаций

5. Сегментация клиентов по методу RFM основана на анализе:

- а) Recency, Frequency, Monetary
- б) Reach, Feedback, Motivation
- в) Revenue, Forecast, Margin
- г) Rating, Feedback, Market

6. Установите соответствие между методом анализа и его назначением:

Метод	Назначение
1. A/B-тестирование	а) Сравнение двух версий маркетингового сообщения для определения более эффективной
2. Customer Journey Map	б) Визуализация пути клиента от первого контакта до покупки
3. Конкурентный анализ	в) Оценка сильных и слабых сторон конкурентов
4. Когортный анализ	г) Изучение поведения групп пользователей, объединенных общим признаком во времени

Ответ: 1-а, 2-б, 3-в, 4-г ✓

7. Что показывает коэффициент конверсии в маркетинге?

- а) Отношение числа посетителей сайта к числу сотрудников
- б) Отношение числа целевых действий к общему числу посетителей ✓
- в) Отношение расходов на рекламу к прибыли
- г) Отношение новых клиентов к постоянным

8. Верно ли утверждение: «LTV (Lifetime Value) показывает общую прибыль, которую компания получает от клиента за все время сотрудничества»?

- а) Верно ✓
- б) Неверно

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 8 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

• **Раздел 3. Бизнес-анализ в логистике**

9. Какой показатель наиболее точно характеризует эффективность управления запасами?

- а) Количество складов
- б) Оборачиваемость запасов (Inventory Turnover)
- в) Число поставщиков
- г) Площадь складских помещений

10. Метод ABC-анализа в логистике используется для:

- а) Оценки квалификации персонала
- б) Классификации товарных запасов по степени важности и вкладу в результат ✓
- в) Прогнозирования погодных условий
- г) Анализа конкурентной среды

11. Что означает показатель OTIF (On Time In Full)?

- а) Процент заказов, доставленных вовремя и в полном объеме
- б) Общее время доставки груза
- в) Стоимость транспортировки единицы товара
- г) Количество возвратов от клиентов

12. Установите соответствие между логистическим показателем и его формулой:

Показатель	Формула
1. Уровень сервиса	а) $(\text{Число выполненных заказов} / \text{Общее число заказов}) \times 100\%$
2. Коэффициент использования транспорта	б) $(\text{Фактический пробег} / \text{Максимально возможный пробег}) \times 100\%$
3. Точность прогнозирования спроса	в) $1 - ($

Ответ: 1-а, 2-б, 3-в

13. Верно ли утверждение: «Снижение логистических издержек всегда приводит к повышению удовлетворенности клиентов»?

- а) Верно
- б) Неверно

(Комментарий: Чрезмерное сокращение издержек может ухудшить качество сервиса и сроки доставки)

• **Раздел 4. Инструменты и методы анализа**

14. Какой инструмент визуализации данных наиболее подходит для отображения динамики продаж по месяцам?

- а) Круговая диаграмма
- б) Линейный график ✓
- в) Диаграмма рассеяния
- г) Тепловая карта

15. Что является преимуществом использования дашбордов в бизнес-анализе?

- а) Усложнение процесса принятия решений
- б) Консолидация ключевых показателей в едином интерфейсе для оперативного

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 9 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

мониторинга

- в) Увеличение объема бумажной отчетности
- г) Снижение прозрачности данных

16. Какой метод прогнозирования спроса относится к количественным?

- а) Мнение экспертов
- б) Метод наименьших квадратов (регрессионный анализ)
- в) Фокус-группы
- г) Мозговой штурм

• **Раздел 5. Практические кейсы**

17. Кейс: Компания заметила снижение повторных покупок на 15% за квартал. Какие аналитические действия целесообразно предпринять в первую очередь? *(Выберите 2 наиболее подходящих варианта)*

- а) Провести когортный анализ удержания клиентов
- б) Увеличить бюджет на контекстную рекламу
- в) Проанализировать NPS и отзывы клиентов
- г) Сменить логистического провайдера без анализа причин

18. Кейс: Логистический отдел фиксирует рост затрат на доставку при стабильном объеме заказов. Какие гипотезы стоит проверить с помощью данных? *(Выберите все подходящие)*

- а) Изменение структуры заказов (увеличение доли мелких/срочных доставок) ✓
- б) Рост тарифов перевозчиков
- в) Неоптимальное планирование маршрутов ✓
- г) Увеличение числа возвратов

19. Открытый вопрос: Опишите, как можно использовать данные о географии заказов для оптимизации маркетинговой стратегии и логистической сети компании. *Примерный ответ:* Анализ географии заказов позволяет выявить регионы с высокой концентрацией клиентов для таргетированной рекламы, оптимизировать расположение складов и распределительных центров, скорректировать тарифную политику с учетом логистических затрат по регионам, а также планировать расширение сети в перспективных локациях.

• **Раздел 6. Интеграция маркетинга и логистики**

20. Какой показатель наиболее полно отражает согласованность маркетинговых обещаний и логистических возможностей?

- а) CTR рекламных кампаний
- б) Уровень выполнения заказов в срок и полном объеме (OTIF) ✓
- в) Количество подписчиков в соцсетях
- г) Средний чек покупки

21. Верно ли утверждение: «Эффективный бизнес-анализ требует интеграции данных из CRM, ERP и систем аналитики»?

- а) Верно
- б) Неверно

22. Что такое «сквозная аналитика» в контексте маркетинга и логистики?

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 10 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- а) Анализ только финансовых показателей
- б) Отслеживание пути клиента и заказа от первого касания до доставки и постпродажного обслуживания
- в) Ежедневный отчет руководителям
- г) Аудит сайта компании

Перечень компаний по вариантам:

1. ТК "Лента"
2. ПАО "Сбербанк"
3. McDonald's
13. ДНС
14. Спортмастер
15. Utair
4. Л'Этуаль
5. МК "Шатура"
6. Инвитро
7. ПАО "Магнит"
8. Яндекс Такси
9. МТС
10. Мечел
11. М.Видео
12. Евросеть

Запишите соответствующую последовательность цифр слева направо:

1. Формулирование цели и
2. Постановка задач бизнес-аналитики.
3. Подбор и анализ входной информации для бизнес-анализа.
4. Стандарт BABOK
5. Обязанности бизнес-аналитика.

--	--	--	--	--

Задание 2. (Задание закрытого типа на установление соответствия)

Прочитайте задание, и установите порядок применения знания для проведения маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга.

Рассмотрите Модели и методы бизнес-аналитики

К каждой позиции, данной в левом столбце, подберите соответствующую позицию из правого столбца. Ответ запишите в виде соответствующей последовательности цифр слева направо

Основные понятия бизнес аналитики	Основание Стандарт BABOK Обязанности бизнес-аналитика
Раздел 1. Место и роль бизнес-аналитики в управлении предприятием Понятие бизнес-аналитики. Цели и задачи бизнес-аналитики. Входная	1. Перечень процедур бизнеса анализа для установления причинно следственных связей. Наличие исходной информации для бизнес-анализа.

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 11 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

информация для бизнес-анализа. Стандарт ВАВОК v3. Обязанности бизнес-аналитика. Организация обследования предприятия. Цели и задачи обследования. Варианты организации комплексного обследования. Методы сбора информации. Место и роль бизнес-аналитики в управлении предприятием Раздел 2. Модели и методы бизнес-аналитики Модели и методы бизнес-аналитики: классификация, сфера применения. SWOT-анализ в системе функциональных стратегий предприятия /Лек/ PEST-анализ с экспертными оценками / Многокритериальная оценка альтернатив развития	Выявление ключевых показателей и понятий бизнес аналитики .
Б) Наблюдение	2. Наличие возбужденного уголовного дела, информации о признаках подготавливаемого, совершаемого или совершенного преступления, а также о лицах, его подготавливающих, совершающих или совершивших, и необходимости обнаружения и фиксации следов преступления.
В) Обследование помещений, зданий, сооружений, участков местности и транспортных средств	3. Наличие достаточных данных полагать, что лицо подготавливает, совершает или совершило преступление, а также сведений о событиях или действиях, создающих угрозу государственной, военной, экономической или экологической безопасности РФ.

А	Б	В

Часть 2. База тестовых вопросов **открытого типа**

Задание 4 • Раздел 7. Этика и качество данных

23. Какой принцип НЕ относится к требованиям качества данных для бизнес-анализа?

- а) Актуальность
- б) Полнота
- в) Конфиденциальность

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 12 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

- г) Субъективность ✓

24. Верно ли утверждение: «При анализе персональных данных клиентов необходимо соблюдать требования законодательства о защите данных (например, 152-ФЗ в РФ, GDPR в ЕС)»?

- а) Верно ✓
- б) Неверно

Задание 5 (Задание открытого типа с развернутым ответом)

Прочитайте задание и запишите развернутый обоснованный ответ

Системы поддержки принятия управленческих решений в области бизнес-аналитики

Перечислите основные признаки управленческого решения при проведении бизнес анализа.

22. Письменная работа (эссе)

Компания планирует запустить новую линейку товаров. Вам необходимо подготовить аналитическое обоснование, включающее:

1. Оценку потенциального спроса (какие данные и методы использовать?)
2. Прогноз логистических потребностей (складские мощности, транспорт)
3. Расчет ожидаемого ROMI с учетом логистических издержек
4. Предложение KPI для мониторинга успеха запуска/выполнения задания – 50 минут.

Тема:

4. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации

4.1. Порядок проведения промежуточной аттестации

Экзамен, зачет, зачет с оценкой и пр. состоит из 3- частей

1 часть – студент решает 15 тестовых вопросов закрытого типа, выбранных случайным образом. Продолжительность – 30 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 45 баллов

2 часть – студент решает тесты открытого типа со свободным ответом, которые не предполагают вариантов ответа, правильный ответ требуется написать самостоятельно. Всего 4 тестовых вопросов, выбранных случайным образом. Продолжительность – 15 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 25 баллов

3 часть – студент решает задачу, выбранную случайным образом. Продолжительность – 30 минут.

Максимальное количество баллов за выполнение задания – 30 баллов

Всего заданий – 20.

Максимальный балл – 100 баллов:

0-49 баллов - неудовлетворительно (оценка 2);

50-69 баллов - удовлетворительно (оценка 3);

 МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга			
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 13 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

70-90 баллов - хорошо (оценка 4);

91-100 баллов - отлично (оценка 5).

Общее время выполнения работы – 2 часа.

Особенности проведения процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья обозначены в рабочей программе дисциплины (модуля).

Дополнительные материалы и оборудование

При выполнении заданий промежуточной аттестации экзаменуемый имеет право пользоваться: например

- орфографическим словарём,
- калькулятором,
- справочником (указать название)
- и пр.

4.2. Критерии оценивания промежуточной аттестации по видам оценочных средств

Ключи и критерии к оцениванию задания

№ задания	Верный ответ	Критерии						
1	1342	1 б - полная правильная последовательность 0 б - остальные случаи						
2	<table border="1"> <tr> <td>А</td><td>Б</td><td>В</td></tr> <tr> <td>1</td><td>3</td><td>2</td></tr> </table>	А	Б	В	1	3	2	3 б - совпадение с верным ответом 0 б - остальные случаи
А	Б	В						
1	3	2						
3.....								
16	Любые два признака 1.Противоправность. 2.Виновность. 3.Наказуемость	25 б – полное совпадение с верным ответом 15 б – частичное (1 верный вариант ответа) совпадение с верным ответом 0 б – остальные случаи						
17	Да ИЛИ ДА ИЛИ да	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи						
18	Применение норм права ИЛИ ПРИМЕНЕНИЕ НОРМ ПРАВА ИЛИ применение норм права	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи						
19.....								
21	2080	5 б – правильный вариант ответа 0 б – остальные случаи						
25.....								

Пример:

Критерии оценивания заданий:

№ 22:

Аспект «Содержание» (максимум 6 баллов)

6-5 баллов (высокий уровень подготовки)

Объем – не менее 350 слов. Тема раскрыта полностью. Выражена собственная оригинальная точка зрения.

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
	Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистике» по направлению подготовки (специальности) 38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».		
Версия документа - 1	стр. 14 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

4-3 баллов (хороший уровень подготовки)

Объем – не менее 350 слов. Тема раскрыта, один из аспектов раскрыт не полностью. Выражена собственная точка зрения.

2-1 баллов (удовлетворительный уровень подготовки)

Объем – не менее 250 слов. Тема раскрыта не полностью (не раскрыт один аспект содержания). Собственная точка зрения на проблему не выражена или выражена не определено.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Объем – менее 200 слов. Тема раскрыта лишь частично (раскрыт лишь один аспект содержания). Собственная точка зрения не выражена.

Аспект «Композиция» (максимум 3 балла)

3 балла (высокий уровень подготовки)

Структура текста логична: есть вступление, основная часть, заключение. Средства связи (клише) использованы корректно.

2 балла (хороший уровень подготовки)

Структура текста логична: есть вступление, основная часть, заключение. Средства связи (клише) в основном использованы корректно.

1 балла (удовлетворительный уровень подготовки)

Нарушена структура текста: отсутствует вступление и/или заключение. Имеются нарушения в логике построения текста. Средства связи (клише) использованы в ограниченном объеме.

0 балла (неудовлетворительный уровень подготовки)

Текст не структурирован, нелогичен. Средства связи отсутствуют или использованы некорректно.

Аспект «Лексика» (максимум 3 балла)

3 балла (высокий уровень подготовки)

Автор демонстрирует широкий вокабуляр по теме, в тексте отсутствуют ошибки в словоупотреблении.

2 балла (хороший уровень подготовки)

Автор демонстрирует широкий вокабуляр по теме, отсутствуют ошибки в словоупотреблении, затрудняющие понимание текста, количество негрубых ошибок не превышает 3.

1 балл (удовлетворительный уровень подготовки)

Автор демонстрирует ограниченный вокабуляр по теме, имеются многочисленные тавтологии и повторы, допустимое количество ошибок в словоупотреблении – до 3 грубых или 6 негрубых.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Словарный запас не соответствует заявленной теме, количество ошибок превышает 6.

Аспект «Грамматика» (максимум 3 балла)

3 балла (высокий уровень подготовки)

Используются разнообразные грамматические формы, отсутствуют грубые грамматические ошибки, затрудняющие понимание, количество негрубых ошибок не превышает 3.

2 балла (хороший уровень подготовки)

	МИНОБРНАУКИ России Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Челябинский государственный университет» (ФГБОУ ВО «ЧелГУ») Факультет/экономики и управления кафедра прикладной экономики и маркетинга		
Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине «Бизнес аналитика в маркетинге и логистик по направлению подготовки (специальности)38.03.02. «Менеджмент» направленности (профилю) Маркетинг и логистика в бизнесе ФГБОУ ВО «ЧелГУ».			
Версия документа - 1	стр. 15 из 15	Первый экземпляр _____	КОПИЯ № _____

Используются разнообразные грамматические формы и структуры, общее количество ошибок, не затрудняющих понимание, не превышает 6 ЛИБО в тексте присутствуют 2-4 грубых грамматических ошибки.

1 балл (удовлетворительный уровень подготовки)

Используются однотипные грамматические и синтаксические структуры и формы, Общее количество ошибок, не затрудняющих понимание, не превышает 10 ЛИБО в тексте присутствуют 5-7 грубых грамматических ошибок.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Количество ошибок превышает 10. Многочисленные грамматические ошибки затрудняют понимание текста.

Аспект «Орфография и пунктуация» (максимум 3 балла)

1 балл (высокий уровень подготовки)

Соблюдены правила орфографии и пунктуации, отсутствуют ошибки в написании слов активного обиходного употребления.

2 балла (хороший уровень подготовки)

В основном соблюдены правила орфографии и пунктуации. Количество орфографических и пунктуационных ошибок не превышает 3.

1 балл (удовлетворительный уровень подготовки)

В основном соблюдены правила орфографии и пунктуации, количество орфографических и пунктуационных ошибок не превышает 7.

0 баллов (неудовлетворительный уровень подготовки)

Правила орфографии и пунктуации не соблюдены, количество орфографических и пунктуационных ошибок превышает 7.

4.3. Результаты промежуточной аттестации и уровни сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций определяется следующим образом:

1. Высокий уровень сформированности компетенций соответствует оценке отлично и предполагает формирование компетенций на высоком уровне: обучающийся.....

.....

2. Средний уровень соответствует оценке хорошо и предполагает формирование компетенций на среднем уровне: обучающийся.....

.....

3. Базовый уровень соответствует оценке удовлетворительно и предполагает формирование компетенций на начальном уровне: обучающийся.....

.....

4. Низкий уровень соответствует оценке неудовлетворительно обучающийся не....

.....

38.03.02 Маркетинг и логистика в бизнесе. Менеджмент. Бизнес аналитика в маркетинге и логистике, 2026, очная

Фонд оценочных средств дисциплины (модуля) одобрен и рекомендован:

Проректор по учебной работе

утверждено 27.02.26

А.А. Саламатов

Ученым советом факультета экономики и управления

Протокол заседания № 1 от 24.02.2026

Председатель Ученого совета
факультета экономики и
управления

СОГЛАСОВАНО

А. А. Егорова

Заседанием кафедры прикладной экономики и маркетинга

Протокол заседания № 5 от 29.01.2026

Заведующий кафедрой

СОГЛАСОВАНО

И.А.Данилов

Автор (составитель)

М.А. Пестунов

Структура рабочей программы соответствует приказу ректора ФГБОУ ВО «ЧелГУ» от «13» апреля 2021 г. № 274-1