

УТВЕРЖДЕНА

Решением Ученого совета
АНО ВО «Центральный
университет»
«07» марта 2024 г.
Протокол №1

**Рабочая программа дисциплины (модуля)
«Основы бизнес-аналитики»**

Направление подготовки: 38.03.05 Бизнес-информатика

Направленность (профиль) подготовки: Бизнес-аналитика

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Срок освоения программы: 4 года

Год набора: 2024

**Москва
2024**

Содержание

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)	3
2. Перечень планируемых результатов обучения	4
3. Тематический план	7
4. Содержание дисциплины (модуля)	7
5. Учебно-методическое обеспечение	8
6. Материально-техническое обеспечение	8
7. Методические и оценочные материалы	10

1. Краткая характеристика дисциплины (модуля)

Рабочая программа дисциплины (модуля) «Основы бизнес-аналитики» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по специальности 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль Бизнес-аналитика, утвержденный приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации № 838 от 29.07.2020 года.

Изучение дисциплины (модуля) «Основы бизнес-аналитики» направлено на формирование важных навыков работы с данными, необходимые для успешной карьеры. Освоение аналитических методов и инструментов позволяет студентам принимать обоснованные решения, улучшать бизнес-процессы и адаптироваться к быстро меняющейся экономической среде.

Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина (модуль) включена в учебный план по программе подготовки бакалавриата по направлению 38.03.05 Бизнес-информатика, профиль Бизнес-аналитика и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина (модуль) изучается на 1 курсе в 1 семестре.

Цель изучения дисциплины (модуля): формирование у студентов навыков применения аналитических методов и инструментов для поддержки принятия бизнес-решений на основе данных.

Основные задачи дисциплины (модуля):

- формирование знаний о том, как работает бизнес в каждой из основных индустрий и какие роли/функции в них есть и наиболее популярны;
- формирование знаний об основных концепциях различных функций бизнеса и логике построения цепочки доставки ценностей;
- формирование знаний бизнес-терминологии, специфичную для индустрии; свободное чтение и анализ бизнес литературы и новости;
- формирование умения задавать вопросы по системе мессе, чтобы продумывать и анализировать информацию наперед;
- формирование умения раскладывать решения для бизнес-проблем с прибыльностью и при запуске нового продукта/выхода на новый рынок в разных индустриях (строить деревья решений);
- формирование умения анализировать метрики перформанса бизнеса для разных индустрий (KPI).

2. Перечень планируемых результатов обучения

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) при проведении учебных занятий в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками Университета и в форме самостоятельной работы обучающихся:

Компетенция	Содержание компетенции	Индикатор компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
УК-11.	Способен формировать нетерпимое отношение к проявлениям экстремизма, терроризма, коррупционному поведению и противодействовать им в профессиональной деятельности	УК-11.1.	Знает основные понятия, виды и последствия экстремизма, терроризма и коррупции для общества; законодательство и международные нормы, касающиеся противодействия экстремизму, терроризму и коррупции
		УК-11.2.	Умеет анализировать и оценивать ситуации, связанные с проявлениями экстремизма, терроризма и коррупционного поведения; разрабатывать и внедрять меры по противодействию экстремизму и коррупции в профессиональной среде
		УК-11.3.	Имеет практический опыт применения знаний и навыков для формирования антикоррупционных и антикризисных стратегий в своей профессиональной деятельности
ОПК-1.	Способен проводить моделирование, анализ и совершенствование бизнес-процессов и информационно-технологической инфраструктуры предприятия в интересах достижения его стратегических целей с использованием современных методов и программного инструментария	ОПК-1.1.	Знает современные методы моделирования и анализа бизнес-процессов, а также принципы работы информационно-технологической инфраструктуры предприятия
		ОПК-1.2.	Умеет использовать программный инструментарий для проведения анализа и совершенствования бизнес-процессов, а также разрабатывать стратегии для достижения стратегических целей предприятия
		ОПК-1.3.	Имеет практический опыт в реализации проектов по оптимизации бизнес-процессов и внедрению информационных технологий в организациях
ОПК-3.	Способен управлять процессами создания и использования продуктов и услуг в сфере информационно-	ОПК-3.1.	Знает принципы управления процессами разработки и внедрения продуктов и услуг в сфере информационно-коммуникационных технологий

	коммуникационных технологий, в том числе разрабатывать алгоритмы и программы для их практической реализации	ОПК-3.2.	Умеет разрабатывать алгоритмы и программы, обеспечивающие эффективное создание и использование информационных продуктов
		ОПК-3.3.	Имеет практический опыт в управлении проектами в области информационно-коммуникационных технологий, включая координацию команд и ресурсов для достижения поставленных целей
ОПК-4.	Способен понимать принципы работы информационных технологий; использовать информацию, методы и программные средства ее сбора, обработки и анализа для информационно-аналитической поддержки принятия управленческих решений	ОПК-4.1.	Знает основные принципы работы информационных технологий и их влияние на бизнес-процессы
		ОПК-4.2.	Умеет использовать методы и программные средства для сбора, обработки и анализа информации, обеспечивая качественную информационно-аналитическую поддержку
		ОПК-4.3.	Имеет практический опыт в применении аналитических инструментов для поддержки принятия управленческих решений в организациях
ПК-1.	Способен использовать основные методы естественнонаучных, экономических и ИТ-дисциплин в профессиональной деятельности для теоретического и экспериментального исследования	ПК-1.1.	Знает ключевые методы естественнонаучных, экономических и ИТ-дисциплин, применяемые в профессиональной деятельности
		ПК-1.2.	Умеет интегрировать различные методологические подходы для проведения теоретических и экспериментальных исследований
		ПК-1.3.	Имеет практический опыт применения методов в реальных проектах для достижения научных и практических результатов
ПК-4.	Способен под руководством специалиста более высокой категории принимать участие в организации управления процессами жизненного цикла ИТ-инфраструктуры предприятий	ПК-4.1.	Знает основные принципы и методы управления процессами жизненного цикла ИТ-инфраструктуры
		ПК-4.2.	Умеет работать в команде под руководством более опытного специалиста, активно участвуя в организационных мероприятиях
		ПК-4.3.	Имеет практический опыт участия в проектах, связанных с управлением ИТ-инфраструктурой на предприятиях
ПК-5.	Способен под руководством специалиста более высокой категории взаимодействовать с клиентами и партнерами в	ПК-5.1.	Знает принципы эффективного взаимодействия с клиентами и партнерами в контексте управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры

	процессе решения задач управления жизненным циклом ИТ-инфраструктуры предприятия	ПК-5.2.	Умеет поддерживать коммуникацию и сотрудничество с заинтересованными сторонами для решения поставленных задач
		ПК-5.3.	Имеет практический опыт участия в проектах, связанных с взаимодействием с клиентами и партнерами в области ИТ
ПК-6.	Способен под руководством специалиста более высокой категории формировать потребительскую аудиторию и осуществлять взаимодействие с потребителями организовывать продажи в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее - сеть «Интернет»)	ПК-6.1.	Знает основы маркетинга и стратегии формирования потребительской аудитории в сети «Интернет»
		ПК-6.2.	Умеет организовывать процессы взаимодействия с потребителями и планировать продажи в онлайн-среде
		ПК-6.3.	Имеет практический опыт участия в проектах, связанных с продажами и взаимодействием с потребителями в информационно-телекоммуникационной сети

3. Тематический план

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Трудоемкость, академические часы				ТКУ (текущий контроль успеваемости)
		<i>Очная форма</i>				
		Контактная работа		Контроль	Самостоятельная работа	
Лекции	Семинарские (практические занятия)					
1	Продукт, маркетинг и продажи	5	5		12	Домашнее задание Подготовка к семинару
2	Операции	6	6		12	Домашнее задание Подготовка к семинару
3	Финансы	6	6		10	Домашнее задание Подготовка к семинару Групповой проект
4	Стратегия	6	6		10	Домашнее задание Подготовка к семинару
5	ИТ и Data Analytics	5	5		10	Домашнее задание Подготовка к семинару
	<i>Экзамен</i>			4		
	<i>Итого:</i>	28	28	4	54	
	<i>Объем дисциплины (модуля) (в ак. ч.)</i>	<i>114</i>				
	<i>Объем дисциплины (модуля) (в зач. ед.)</i>	<i>3</i>				

4. Содержание дисциплины (модуля)

№п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Содержание дисциплины (модуля) по темам
1	Продукт, маркетинг и продажи	Индустрия Retail: value proposition, customer journey, unit economics. Индустрия FMCG: segmentation, customer acquisition, offer pricing, marketing mix, customer value management
2	Операции	Индустрия Healthcare: supply chain management, R&D, patents, regulations, distribution channels. Индустрии Oil&Gas и Metals&Mining: supply chain bottleneck, production capacity, utilization, cycle time, lead time, LEAN
3	Финансы	Индустрия Real Estate: time value of money, NPV, IRR, payback period. Индустрия Financial Intermediation: risk and return, P&L, Balance sheet, Cash Flow statement
4	Стратегия	Индустрия Transportation: market entry, target market competition. Индустрия TMT: SWOT, PESTEL
5	ИТ и Data Analytics	Индустрия Software: digital/IT products, IT operations, IT marketing

5. Учебно-методическое обеспечение

Университет располагает полным набором лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, включая продукты отечественного производства.

Каждый студент в течение всего периода обучения получает индивидуальный неограниченный доступ к электронно-библиотечной системе и электронной информационно-образовательной среде университета. Эти системы предоставляют возможность доступа к ресурсам из любой точки, где есть подключение к сети Интернет, как на территории университета, так и за его пределами.

Студентам обеспечен удаленный доступ к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам.

Основная литература:

1. Мкртычян, Г. А. Принятие управленческих решений : учебник и практикум для вузов / Г. А. Мкртычян, Н. Г. Шубнякова. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13827-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466936>.

2. Фомин, В. И. Информационный бизнес : учебник и практикум для вузов / В. И. Фомин. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 251 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14388-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/515426>.

Дополнительная литература:

1. Пурлик, В. М. Управление эффективностью деятельности организации : учебник для вузов / В. М. Пурлик. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 207 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12817-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566905>.

6. Материально-техническое обеспечение

Университет располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Помещения, которые представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского (практического) типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Изучение дисциплины (модуля) обеспечивается в учебных аудиториях, оснащенных:

- столами и стульями;
- компьютерной техникой;
- специализированным оборудованием, включая демонстрационное оборудование.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, в том числе приспособленные для использования инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья, оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Обучающимся предоставляется доступ (в том числе удаленный) к ресурсам информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», электронным ресурсам (в том

числе электронным библиотечным системам, современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам):

№	Наименование портала (издания, курса, документа)	Ссылка
1	Библиотека электронных ресурсов исторического факультета МГУ	http://www.hist.msu.ru/ER/index.html
2	Государственная публичная историческая библиотека России	https://www.shpl.ru/
3	Научная электронная библиотека elibrary.ru библиотека	https://elibrary.ru/defaultx.asp
4	База данных ScienceDirect	https://www.sciencedirect.com
5	Официальный сайт Министерства науки и высшего образования Российской Федерации	https://minobrnauki.gov.ru/
6	Федеральный портал «Российское образование»	https://www.edu.ru/
7	Информационная система "Единое окно доступа к образовательным ресурсам"	http://window.edu.ru/
8	Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов	http://school-collection.edu.ru/
9	Федеральный центр информационно - образовательных ресурсов	http://fcior.edu.ru/

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Наименование ПО	Производство	Лицензионное / свободно распространяемое
Операционные системы:		
Microsoft Imagine (Windows Client, Server)	зарубежное	лицензионное
Браузеры:		
Яндекс.Браузер	отечественное	свободно распространяемое
Google Chrome	зарубежное	свободно распространяемое
Офисные приложения:		
Microsoft Imagine (Visio, OneNote)	зарубежное	лицензионное
TeXstudio	зарубежное	свободно распространяемое
Adobe Acrobat Reader	зарубежное	свободно распространяемое
Программное обеспечение для планирования и учета времени:		
Toggle app	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления проектами:		
Microsoft Imagine (Project)	зарубежное	лицензионное
Системы управления базами данных:		
Microsoft Imagine (SQL Server)	зарубежное	лицензионное
Системы резервного копирования (backup):		
Acronis Backup Advanced for HyperV	зарубежное	лицензионное
Справочно-правовые системы:		
КонсультантПлюс: справочно-правовая система	отечественное	лицензионное
Средства антивирусной защиты:		
Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition	отечественное	лицензионное
Пакеты программных средств и библиотек:		
AutoPsy	зарубежное	свободно распространяемое
Interactive Disassembler (IDA)	зарубежное	свободно распространяемое
Системы управления библиографической информацией:		

Zotero	зарубежное	свободно распространяемое
Сервисы и службы:		
Bind	зарубежное	свободно распространяемое
Docker	зарубежное	свободно распространяемое

7. Методические и оценочные материалы

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

В процессе изучения дисциплины (модуля) «Основы бизнес-аналитики» в рамках текущего контроля успеваемости используются такие виды учебной работы, как лекция, семинар, групповой проект, домашние задания, а также различные виды самостоятельной работы обучающихся по заданию преподавателя, направленные на развитие навыков профессиональной лексики, закрепление практических профессиональных компетенций, поощрение инициатив.

Лекция – систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем учебного материала, как правило, теоретического характера.

В процессе лекций рекомендуется вести конспект лекций: кратко и схематично фиксировать основные идеи, выводы и обобщения лекции; выделять важные мысли, ключевые слова и термины. Необходимо отметить вопросы или материалы, которые вызывают затруднения, и попытаться найти ответы в рекомендованной литературе. Если разобраться в материале не удастся, следует сформулировать вопрос и задать его преподавателю на консультации или во время семинарского (практического) занятия.

Домашнее задание – набор заданий по темам недели.

При работе над домашними заданиями важно внимательно ознакомиться с требованиями и сроками выполнения. Рекомендуется разбивать задания на этапы, чтобы избежать перегрузки и лучше усвоить материал. Использовать различные источники информации, включая учебники и онлайн-ресурсы, для более глубокого понимания темы.

Самостоятельная работа – работа студентов, направленная на углубленное изучение отдельных тем и вопросов учебной дисциплины (модуля).

В процессе самостоятельной работы студенты взаимодействуют с рекомендованными материалами при минимальном участии преподавателя. Задачи студента включают работу с конспектами лекций (обработка текста), повторное изучение учебных материалов планов и тезисов ответов, изучение дополнительных тем, выполнение учебно-исследовательских заданий и другое.

Участие в семинаре (аудиторная работа) – активная работа студента на семинаре, его ответы на вопросы преподавателя и участие в дискуссии.

Для успешного участия в семинаре студентам рекомендуется заранее ознакомиться с темой обсуждения, прочитать необходимые материалы и подготовить вопросы. Важно активно слушать и вовлекаться в дискуссию, высказывая свои мнения и аргументируя их. При ответах на вопросы преподавателя стоит быть уверенным, четким и логичным, опираясь на изученный материал. Также полезно поддерживать диалог с однокурсниками, чтобы обогатить обсуждение и расширить свои знания.

Групповой проект – совместная работа группы людей, направленная на достижение общей цели или решение определенной задачи, в ходе которой участники объединяют свои знания и навыки.

Для успешной подготовки к групповому проекту: четко определите цели и задачи проекта, распределите роли и обязанности между участниками, а также установите сроки выполнения каждой части работы. Регулярно проводите встречи для обсуждения прогресса и решения возникающих вопросов.

Система оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

Критерии получения уровня и оценивания сформированности компетенций по дисциплине (модулю) «Основы бизнес-аналитики».

Оценивание уровня учебных достижений, обучающихся по дисциплине (модулю), осуществляется в виде текущего контроля успеваемости.

Промежуточная аттестация по дисциплине (модулю) осуществляется в форме **экзамена**, при этом проводится оценка компетенций, сформированных по дисциплине.

Для оценивания текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации используется десятибалльная шкала оценивания, которая соотносится с традиционной пятибалльной шкалой следующим образом:

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
10	Отлично	Студент полностью владеет знаниями, изложенными в рабочей программе, и глубоко осмысляет дисциплину. Он самостоятельно и логически последовательно отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее важном. Умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя ключевые моменты и устанавливая причинно-следственные связи. Четко формулирует ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные задачи. Студент хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты дисциплины (модуля) с практическими задачами.
9	Отлично	
8	Отлично	
7	Хорошо	Студент обладает знаниями предмета почти в полном объеме рабочей программы и самостоятельно, логически последовательно и всесторонне отвечает на все вопросы, акцентируя внимание на наиболее значимых моментах. Он умеет анализировать, сравнивать, классифицировать, обобщать, конкретизировать и систематизировать изученный материал, выделяя его ключевые аспекты и устанавливая причинно-следственные связи. Формулирует свои ответы, уверенно интерпретирует результаты анализов и других исследований, а также решает сложные ситуационные задачи. Студент хорошо знаком с методами исследования, необходимыми для практической деятельности, и умеет связывать теоретические аспекты предмета с практическими задачами.
6	Хорошо	
5	Удовлетворительно	Студент обладает базовыми знаниями по дисциплине (модулю), но испытывает трудности при самостоятельных ответах и использует неточные формулировки. В ходе ответов он допускает ошибки, касающиеся сути вопросов. Студент способен решать только самые простые задачи и владеет лишь минимальным набором методов исследования.
4	Удовлетворительно	

Десятибалльная оценка	Пятибалльная оценка	Общая характеристика результата обучения по дисциплине (модулю)
3	Не сдан	Студент не овладел обязательным минимумом знаний по предмету и не может ответить на вопросы, даже если преподаватель задает дополнительные наводящие вопросы.
2	Не сдан	
1	Не сдан	

Дисциплина (модуль) «Основы бизнес-аналитики» оценивается следующим образом:

Активность	Вес	Количество	Описание
Аудиторная работа	15%	9	Активное участие в семинарах: ответы на вопросы и участие в дискуссии.
Домашние задания	30%	12	Письменное решение бизнес-задач с использованием расчётов в Excel или Google Sheets.
Групповой проект	25%	1	Решение прокси-кейса и защита презентации перед аудиторией.
Экзамен	30%	1	Письменное решение задач из разных индустрий.

Формула расчёта итоговой оценки по дисциплине (модулю) «Основы бизнес-аналитики»: « $0,15 \times$ аудиторная работа + $0,3 \times$ среднее за домашние задания + $0,25 \times$ групповой проект + $0,3 \times$ экзамен».

Текущий контроль успеваемости обучающихся по дисциплине (модулю)

Примерные вопросы для семинарских занятий:

Индустрия Retail

1. Какова ценностная пропозиция в индустрии Retail и как она влияет на выбор потребителей?
2. Какие ключевые этапы включает в себя путь клиента (customer journey) в ритейле?
3. Каковы основные компоненты unit economics и как они помогают оценивать прибыльность бизнеса в Retail?
4. Какие методы можно использовать для анализа поведения клиентов в ритейле?
5. Как изменение потребительских предпочтений влияет на ценностное предложение ритейлеров?

Индустрия FMCG

1. Каковы основные критерии сегментации рынка в индустрии FMCG?
2. Какие стратегии можно использовать для привлечения новых клиентов в секторе FMCG?
3. Как установить оптимальную цену предложения для товаров FMCG?
4. Как маркетинговый микс (4P) влияет на успешность продуктов в FMCG?
5. Как управлять ценностью клиента (customer value management) в индустрии FMCG?

Индустрия Healthcare

1. Каковы основные аспекты управления цепочкой поставок (supply chain management) в здравоохранении?
2. Какие этапы включает в себя процесс исследований и разработок (R&D) в области здравоохранения?
3. Как патенты влияют на инновации и конкуренцию в индустрии Healthcare?
4. Какие регуляторные требования необходимо учитывать при выходе на рынок медицинских услуг?
5. Каковы ключевые каналы распределения (distribution channels) в секторе здравоохранения?

Индустрии Oil&Gas и Metals&Mining

1. Какие основные узкие места (bottlenecks) в цепочке поставок могут возникать в индустрии Oil&Gas и Metals&Mining?
2. Какова роль производственной мощности (production capacity) в управлении операциями в этих отраслях?
3. Как использование LEAN-подходов может помочь оптимизировать цикл времени (cycle time) в производственных процессах?
4. Каковы основные факторы, влияющие на время выполнения заказов (lead time) в этих отраслях?
5. Какие методы можно использовать для повышения коэффициента использования (utilization) ресурсов в Oil&Gas и Metals&Mining?

Индустрия Real Estate

1. Какова концепция временной стоимости денег (time value of money) и как она применяется в недвижимости?
2. Что такое чистая приведенная стоимость (NPV) и как она используется для оценки инвестиционных проектов в Real Estate?
3. Как рассчитывается внутренняя норма доходности (IRR) и какое значение она имеет для инвесторов в недвижимости?
4. Каков срок окупаемости (payback period) и почему он важен для оценки проектов в сфере недвижимости?
5. Какие факторы влияют на стоимость недвижимости в различных сегментах рынка?

Индустрия Financial Intermediation

1. Каковы основные взаимосвязи между риском и доходностью в финансовом посредничестве?
2. Как формируется отчет о прибылях и убытках (P&L) и какие ключевые показатели он включает?
3. Какова структура баланса (Balance sheet) и какие элементы являются критически важными для оценки финансового состояния компании?
4. Как составляется отчет о движении денежных средств (Cash Flow statement) и почему он важен для анализа ликвидности?
5. Какие методы можно использовать для управления финансовыми рисками в индустрии финансового посредничества?

Индустрия Transportation

1. Какие факторы необходимо учитывать при выходе на рынок транспортных услуг?
2. Как анализировать конкурентную среду в целевом рынке транспортировки?
3. Какие стратегии могут помочь в повышении эффективности работы транспортных компаний?
4. Какова роль технологий в оптимизации процессов в транспортной индустрии?
5. Какие основные вызовы стоят перед транспортными компаниями в условиях глобализации?

Индустрия TMT (Technology, Media, Telecommunications)

1. Как провести SWOT-анализ для компании в индустрии TMT?
2. Какие факторы следует учитывать при проведении PESTEL-анализа в данной отрасли?
3. Как технологии влияют на конкурентоспособность компаний в секторах технологий, медиа и телекоммуникаций?
4. Какие тренды в медиа могут изменить ландшафт TMT в ближайшие годы?
5. Каковы основные вызовы и возможности для стартапов в области TMT?

Индустрия Software

1. Каковы ключевые характеристики цифровых и IT-продуктов в индустрии программного обеспечения?

2. Какие аспекты IT-операций необходимо учитывать для обеспечения эффективного функционирования компании?
3. Каковы лучшие практики маркетинга IT-продуктов на современном рынке?
4. Как управлять жизненным циклом программного обеспечения для максимизации его ценности?
5. Каковы ключевые метрики для оценки производительности и успеха программного обеспечения на рынке?

Примерные домашние задания

Домашние задания по темам: «Сравнительный анализ юнит-экономики различных сегментов продукта ритейлера»

Задача 1

- а) Изучи данные в «Приложении 1» и рассчитай CLTV обоих магазинов. — 4 балла.
- б) Сравни значения CLTV для разных магазинов — какой вывод можно сделать? — 3 балла

Задача 2

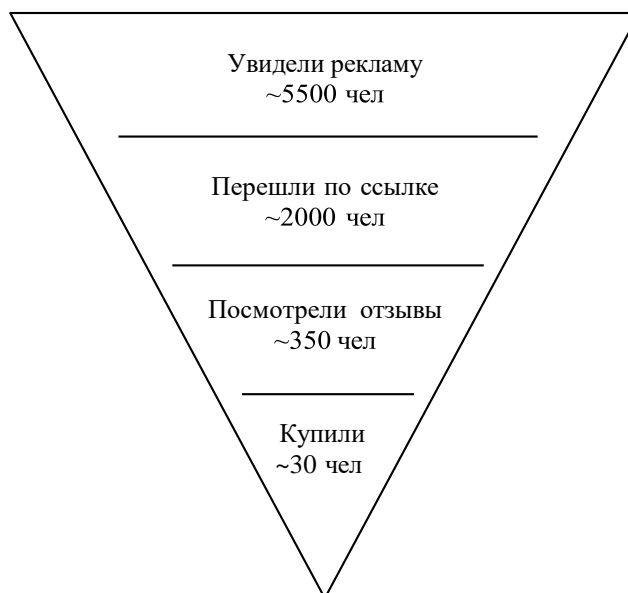
Воронка привлечения веб сайта

- а) Рассчитай САС для онлайн-магазина. — 1,5 балла.

- б) Используя показатели CLTV (неделя 1) и САС, посчитай юнит-экономику онлайн- и офлайн-магазина по формуле:

$\text{Unit economics} = \text{CLTV} - \text{CAC}$
— 1,5 балла.

- в) Какой вывод можно сделать об окупаемости 1 клиента каждого из каналов продаж? — 0,5 балла.



Задача 3

Компания хочет улучшить юнит-экономику и сначала предлагает проанализировать текущую удовлетворённость клиентов.

- а) Рассчитай NPS для офлайн- и онлайн-магазина. — 2 балла.
- б) Какой вывод можно сделать из полученных результатов? — 0,5 балла.

Задача 4

- а) На основе результатов заданий 1 и 2 предложи минимум 3 инициативы по улучшению юнит-экономики каждого магазина. — 0,5 балла.
- б) Найди и подсвети риски каждой инициативы. — 0,5 балла.

Задача 5

- а) Рассчитай эффект инициатив: как изменится юнит-экономика при внедрении каждой из инициатив. — 4 балла.

b) Аргументируй, почему нужно принять то или иное решение и как оно может повлиять на бизнес компании. — 3 балла.

Домашние задания по теме: «Анализ R&D-проектов фармацевтической компании»

Задача 1

Сформируй и рассчитай молекулярный пайплайн (в молекулах и % от всех открытых молекул). Введи id молекулы, которая будет предложена для одобрения fda. — 5 баллов.

Задача 2

Напиши, какие условия должны быть соблюдены и что должна сделать компания, чтобы в дальнейшем препарат был одобрен и смог продаваться в аптеках. — 2 балла.

Домашние задания по теме: «Индустрия Oil&Gas»

Вертикально интегрированная компания самостоятельно занимается процессами Up-, Mid- и Downstream. В основном производит и продаёт топливо: бензин разных марок и дизель.

1. Текущие мощности компании позволяют транспортировать 1400–1700 млн баррелей нефти в сутки.

2. В конце 2022 года у компании взорвались баки с нефтью — она потеряла часть хранилища. Доступные мощности снизились на 30% от имеющихся 60 000 млн баррелей на месяц.

В марте планируется поставка новых нефтехранилищ, которые увеличат мощности до 47 000 млн

баррелей на месяц. Обычно в течение месяца компания полностью реализует нефть и запасов не остаётся.

3. Нефтеперерабатывающие мощности позволяют обрабатывать 1200–1800 млн баррелей в сутки при условии, что оборудование ежегодно ремонтируют, иначе мощности снижаются до 1100–1600

млн баррелей в сутки. Последний раз сервисное обслуживание оборудования было в конце декабря 2022 года.

4. Компания перерабатывает нефть и производит три вида продукции: бензиновое топливо АИ-92, бензиновое топливо АИ-95 и дизельное топливо. Информацию по продукции можно посмотреть в Excel-приложении в таблице 2.

5. Спрос на продукцию достаточно высокий и составляет 1800–2000 млн баррелей в сутки.

6. 1000 баррелей добывают примерно за 1 минуту.

За 1 раз транспортируют минимум 10 000 баррелей, на это уходит 1 час. После транспортировки нефть перемещают в хранилище, и это занимает 10 минут.

1 баррель перерабатывают за разное время в зависимости от вида продукции. Время можно посмотреть в таблице 2. На производстве 40 единиц оборудования, и благодаря этому можно одновременно перерабатывать нефть в разные виды продукции.

Дистрибуция от заказа до поставки занимает 7 дней, а средний заказ составляет 1 млн баррелей.

7. Сменность работы на всех процессах, кроме дистрибуции, — 2 смены по 8 часов. Смена у дистрибуции — 8 часов.

Ознакомься с информацией в Excel-приложении на листе «Данные».

- ТАБЛИЦА 1: среднесуточный объём добычи нефти за периоды. Здесь хранятся данные за типичный год компании, поэтому по ним можно рассчитать мощности (Capacity).

- ТАБЛИЦА 2: какие нефтепродукты производит компания и информация о каждом

из них.

Для удобной навигации таблицы сгруппированы. Чтобы раскрыть строки, нажми знак +.

Задача 1 — 3 балла

На основе данных из условия и Excel-приложения посчитай текущие производственные мощности и найди узкое место.

Задача 2 — 2 балла

Введи в поле на листе «Решение» узкое место (например, добыча). На основе дополнительной информации сделай расчёты и сформулируй рекомендации по расширению узкого места.

Задача 3 — 2 балла

Рассчитай оптимальный производственный план (данные см. Excel).

Домашние задания по теме: «Финансы».

Подсчёт инвестиционной привлекательности внутреннего туризма»

ВВОДНЫЕ ДАННЫЕ

Сколько денег понадобится на запуск проекта

Участок земли покупать не нужно: государство выделило его бесплатно в качестве льготы в рамках программы развития туризма на Дальнем Востоке.

Для запуска проекта потребуются вложения:

→ 2 миллиона рублей на историко-культурную экспертизу участка. Потенциально на этой земле могла быть стоянка айнов, поэтому нужно исключить факт того, что участок является объектом культурного и археологического наследия. Твоя команда уже провела и оплатила экспертизу.

→ 80 миллионов рублей на строительные материалы. Их нужно заказывать на материке, поэтому доставка (логистика и хранение) составит 100% от стоимости товара. Твоя команда решила внести полную предоплату за материалы: по прогнозам, цены могут повыситься, а это значит, что придётся больше заплатить за материалы, если не внести деньги сразу.

→ 40 миллионов рублей за работу строительной бригады. Оплата разбита на 2 части: 50% — до начала строительных работ и 50% — по завершении. По прогнозам, строительные работы займут 1 год.

Как будет работать гостиница после открытия

→ Рабочий сезон длится 4 месяца. В рамках задачи будем считать, что в каждом месяце по 30 дней.

→ Ожидается, что весь период гостиница будет загружена на 100%: туризм на Дальнем Востоке популярен, а гостиница предлагает комфортные условия для отдыха.

→ В отеле 20 двухместных номеров, стоимость каждого за ночь — 25 тысяч рублей. В стоимость включён завтрак.

Операционные расходы

В период работы гостиницы

→ 50 тысяч рублей в день — ежедневное обслуживание: отопление, свет, завтраки. Сумма не зависит от количества гостей.

→ 1 миллион рублей в месяц — расходы на персонал: повара, клининг, охрана, транспорт.

Сумма не зависит от количества гостей.

Нерабочие месяцы гостиницы

→ В июне гостиницу нужно подготовить к открытию, в ноябре — к закрытию. Расходы в эти месяцы составляют 350 тысяч рублей.

→ С декабря по май включительно гостиница не работает, однако ежемесячные

расходы на охрану, отопление и поддержание составляют 200 тысяч рублей.

Дополнительные расходы

→ 20 миллионов рублей на ремонт гостиницы в связи с особенностями климата.

Планируется через 5 лет после введения в эксплуатацию.

→ 2 миллиона рублей — ежегодные непредвиденные расходы: ремонт, замена оборудования, покупка расходных материалов.

ЗАДАЧИ

Задача 1 — 5 баллов

Ставка дисконтирования стабильна и составляет 12%. Рассчитай NPV проекта за 10 лет.

Задача 2 — 2 балла

Рассчитай максимальное изменение ставки дисконтирования, чтобы проект был прибыльным.

Задача 1 — 3 балла

Знакомое туристическое агентство сообщило, что некоторые туристы хотели бы провести на острове новогодние праздники. Хотя группа туристов обещает быть небольшой, но спрос каждый год должен быть стабильным.

1. В течение января ожидаемая средняя загрузка гостиницы будет составлять 21%.

2. Зимой отопление будет более интенсивным, чем в остальные сезоны, поэтому ежедневное обслуживание гостиницы составит 75 тысяч рублей.

3. Цена проживания останется такой же — 25 тысяч рублей за сутки.

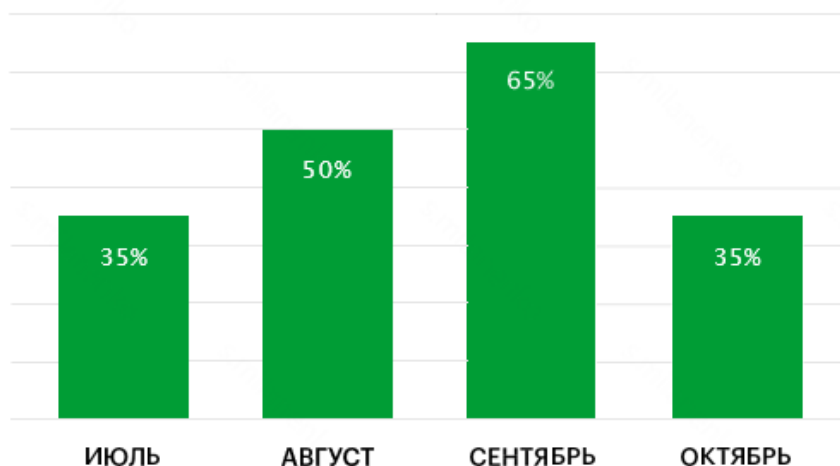
Что нужно сделать

Определи, есть ли смысл принимать группу туристов в январе и открывать для них гостиницу. Чтобы принять верное решение, учитывай прибыльность гостиницы в январе в случае работы.

Задача 2 — 4 балла

То же туристическое агентство сообщило, что загрузка в летний сезон с большой вероятностью не будет полной и будет варьироваться по месяцам. Тебе необходимо заново оценить проект.

Данные вероятной загрузки по месяцам:



Можно ожидать, что такая нагрузка будет стабильной в течение следующих 10 лет.
Ставка дисконтирования не изменится.

Что нужно сделать: Рассчитай, окупится ли проект за 10 лет (NPV за 10-летний период).

2 блок заданий

Задача 1 — 4 балла

Анализ рынка показал, что спроса и интереса со стороны туристов хватило бы на 100%-

ную загрузку гостиницы. Причина низкой загрузки — плохая логистика. В основном добраться до острова можно из Южно-Сахалинска на самолёте, который летает раз в сутки. В самолёте максимум 100 посадочных мест, большинство из которых быстро раскупают местные жители, командировочные и военные.

Туристам в среднем достаётся лишь 12% от всех билетов на самолёт.

Что нужно сделать

Посчитай, сколько нужно делать дополнительных рейсов в день, чтобы на остров можно было доставить больше гостей и загрузить гостиницу на 100%.

Чётко сформулируй своё предположение касательно срока проживания и периодичности прилёта, основываясь на пункте 1 ниже.

Предположим, что:

1. в тёплый сезон (с июля по октябрь включительно) единая средняя загрузка — 40%;

Это означает, что время, проведённое в отеле туристами, равно периодичности прилёта самолёта. Например, если турист живёт в отеле 1 день, самолёт прилетает каждый день, если самолёт прилетает раз в неделю — турист живёт в отеле 7 дней и т. д.

2. в среднем в одной половине номеров проживает 2 человека, а в другой половине — по одному человеку;

3. местные жители, командировочные и военные продолжают выкупать 88% всех мест на всех рейсах по этому маршруту.

Задача 2 — 3 балла

Рейсы на остров субсидируются государством, и авиакомпания не может самостоятельно добавить дополнительный рейс, так как в таком случае билеты будут очень дорогими. Ты хочешь обратиться в государственные органы и попросить субсидию на дополнительные рейсы.

Что нужно сделать

Напиши драфт письма в государственный орган.

Инструкция по написанию письма

Цель письма: запросить субсидирование дополнительных рейсов и сделать гостиницу доступной для туристов в высокий сезон.

Критерии оценки и структура письма — 3 балла

1. Формальное приветствие и структура письма — 0,5 балла.

· Самостоятельно найти орган, в который нужно обращаться. Написать его название и тему письма.

· Написать вежливое и официальное приветствие, которое соответствует стандартам делового общения.

· Если известно, указать должность и имя получателя письма.

2. Описание гостиницы — 0,5 балла.

· Кратко, но ёмко описать гостиницу, её особенности и уникальность. Почему туристы выбирают именно её?

· Не углубляться в детали, а дать общее представление, чтобы показать, почему проект заслуживает поддержки.

3. Описание проблемы и её потенциальные последствия — 0,5 балла.

· Ясно и логично изложить проблему: количество рейсов ограничено, а это влияет на доступность для туристов.

· Пояснить, какие последствия это может иметь для отеля и региона.

· Указать, почему эта проблема важна не только для бизнеса, но и для государства.

4. Описание просьбы и аргументация — 1 балл.

· Ясно сформулировать запрос на субсидирование дополнительных рейсов.

· Привести 1–2 аргумента, почему государству выгодно поддержать инициативу.

· Аргументы должны показывать долгосрочную выгоду для региона и экономики.

5. Заключение — 0,5 балла.

- Вежливое заключение с предложением на дальнейшее сотрудничество или открытый диалог.
- Подпись отдельным абзацем: имя отправителя и контактная информация для связи.

Как получить максимальный балл

- Нужно соблюсти структуру письма: приветствие, описание, просьба, аргументация, заключение. → Ясно и логично изложить проблему и решение.
- Приводить убедительные и чёткие аргументы, делать акцент на выгоде для государства.

Примерное задание для проекта

Проект

Центральный университет запускает программу «Стратегический взгляд» среди бизнес-сообществ.

Мы отобрали компании, которые хотели бы обратиться за свежим взглядом и экспертизой к студенческим командам.

Суть проекта

Все эти компании планируют расширить бизнес и выйти на новые рынки. Им нужна помощь в создании детально проработанного плана действий.

Задача

* До 3 декабря 23:59 поделиться на команды от 4 до 6 человек внутри своей академической группы базового или основного уровня. Указать участников нужно в таблице по ссылке.

* 4 декабря зайти в ту же таблицу и узнать название компании, которая обратилась за помощью к вашей команде.

* Разработать план экспансии для компании, включив в анализ 6 блоков: стратегия, продукт, операции, маркетинг, юнит-экономика и финансы. Подробнее о блоках читай ниже.

План твоей команды может стать реальной основой для развития бизнеса, поэтому подходите к задаче максимально практично и креативно, используйте все возможные подходы.

Удачи в создании стратегии!

Защита проекта

1. Запишись вместе со своей командой на один из доступных слотов у своего семинариста. Чем раньше вы это сделаете, тем больше шансов выбрать интересующую вас индустрию.

2. Каждый член команды должен загрузить в LMS:

- презентацию PowerPoint в формате PDF;
- Excel-файл с расчётами.

3. Вместе с командной защиты презентацию на сдвоенной паре на 15-й неделе у своего семинариста. На выступление даётся не более 12 минут.

Если ты заболел и не сможешь прийти на пару, то обязательно сообщи своему семинаристу заранее. Он расскажет, когда и как ты сможешь защитить групповой проект.

Структура презентации

* Слайд 0. Состав команды и название проекта (можете придумать креативное название).

* Слайд 1. Executive summary. Краткий вывод из всего проекта в стиле Elevator pitch.

* Блок 1–6. Минимум 1 слайд на каждый из перечисленных ниже блоков.

Ограничения сверху по количеству слайдов нет, но есть ограничение по времени — 12 минут, поэтому используйте приложения (Appendix) для любой

дополнительной информации, которая может потребоваться во время Q&A.

Критерии успешной сдачи проекта

1. Исчерпывающие, но не перегруженные текстом слайды. Слайды оформлены в стиле компании с содержательной (в том числе количественной) информацией на основе открытых источников по каждому из блоков анализа.
2. Качественная и отрепетированная защита проекта.
3. Активное участие в Q&A других команд.

БЛОКИ АНАЛИЗА

Блок 1. Стратегия

* Сначала определитесь с новым регионом и продуктом. Выберите целевой регион и продукт

для экспансии компании, применив следующие инструменты анализа: 3С-анализ, PESTEL-анализ внешней среды (или аргументируйте свой альтернативный фреймворк) и оценка потенциального объёма рынка.

* Оцените конкурентную среду, используя анализ 5 сил Портера или аналог.

* Предложите оптимальную стратегию выхода на рынок: слияние и поглощение (M&A), создание новой компании (In-House), партнёрство (Partnership) или совместное предприятие (Joint Venture).

* Оцените положение и перспективы компании, используя SWOT-анализ или аналог.

* Используйте метод Competitor-Based Pricing и определите оптимальный ценовой диапазон, с которым вы рекомендуете компании выйти на рынок.

Блок 2. Продукт

* Опишите ценностное предложение продукта: ключевые характеристики и преимущества, основные потребности целевой аудитории, которые решает продукт, а также сформулируйте уникальное торговое предложение.

* Постройте карту клиентского пути (CJM) с учётом региональных особенностей.

* Определите оптимальный ценовой диапазон, ориентируясь на покупательскую способность населения в регионе (Value-Based Pricing), структуру доходов и расходов целевой аудитории или другие гипотезы. Нет необходимости самостоятельно проводить опросы населения, достаточно сделать анализ открытых данных.

Блок 3. Операции

* Опишите бизнес-процессы, образующие value-chain вашей компании в новом регионе.

Если это релевантно к кейсу, опишите, как value-chain нового продукта встроится в существующий value-chain компании.

* Составьте структуру расходов, необходимых для ведения бизнеса: капитальные и операционные затраты.

* Оцените ключевые показатели эффективности для операционных метрик и рассчитайте их значения, используя свои предпосылки.

* Используйте метод Cost-Based Pricing и определите оптимальный ценовой диапазон, с которым вы рекомендуете компании выйти на рынок.

Блок 4. Маркетинг

* Опишите каналы привлечения клиентов и дистрибуции. Оцените эффективность основных каналов, предположив САС и конверсию.

* Оцените и обоснуйте, как изменение цены продукта может повлиять на поведение потребителей.

Нет необходимости производить расчёты эластичности спроса по цене, но нужно сделать бинарный выбор о том, эластичен ли ваш спрос или нет.

- * Составьте маркетинговую воронку привлечения клиентов.
- * Сформулируйте Marketing mix, используя фреймворк 4P.

Блок 5. Юнит-экономика

- * Рассчитайте юнит-экономику продукта. Используйте цену, которую вы определили из ценовых диапазонов блоков 1, 2 и 3.
- * Проанализируйте показатели юнит-экономики, сравнив с отраслевыми стандартами.

Блок 6. Финансы

- * Предположите, какой объём первоначальных инвестиций необходим для реализации проекта.
- * Составьте детальный расчёт денежных потоков проекта на основе структуры доходов и расходов, которую вы определили выше.
- * Проведите финансовый анализ, рассчитайте NPV, период окупаемости, IRR.
- * Для оценки ставки дисконтирования выполните поиск «WACC название компании прогноз 2025». Помните, что ставка дисконтирования должна быть больше, чем текущая ключевая ставка внутри страны вашего проекта. Если тут возникнут вопросы, сделайте собственное предположение или обратитесь к своему семинаристу. Делать собственные расчёты WACC (Weighted Average Cost of Capital — средневзвешенная стоимость капитала) не нужно.
- * Сделайте финальную рекомендацию для клиента.

Задания для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Задание	Ответ	Компетенция
1.	Какой элемент цепочки Портера связан с транспортировкой товаров к потребителю и требует особого контроля при выборе подрядчиков? Ответь, одним словом, на русском или английском.	дистрибуция/логистика/Дистрибуция/Логистика/Distribution/Logistics/distribution/logistics	УК-11
2.	Какой термин из финансов обозначает прямую стоимость производства продукта и может быть предметом манипуляций без прозрачного учёта? Ответь, одним словом, на русском или английском.	COGS/cogs/себестоимость/Себестоимость	УК-11
3.	Какой метод анализа (фреймворк) помогает оценить сильные и слабые стороны компании и внешнего рынка и может использоваться при разработке антикоррупционной стратегии? Ответь одним словом (аббревиатурой) на английском (без точек).	SWOT/swot/Swot	УК-11
4.	Какой инструмент продуктовой аналитики может быть сфальсифицирован, если этапы взаимодействия пользователя и их конверсия не фиксируются честно? а) PESTEL б) SWOT в) Воронка продаж г) NPV	с	УК-11

5.	Какой показатель продукта можно подтасовать, если в отчётности учитывать только лояльных пользователей (промоутеров)? а) E2E-конверсия б) SAC в) NPS г) ARPU	с	УК-11
6.	Какой тип анализа (фреймворк) помогает выявить факторы и риски внешней среды, влияющие на бизнес, и применяется при формировании стратегии? Ответь, одним словом, на английском.	PESTEL/pestel/Pestel	ОПК-1
7.	Какой финансовый инструмент анализа инвестиций рассчитывается как сумма дисконтированных денежных потоков? Ответь тремя словами на английском или аббревиатурой.	NPV/npv/N.p.v./Net Present Value/net present value/NET PRESENT VALUE	ОПК-1
8.	Какой показатель в юнит-экономике отражает долю оттока клиентов за период времени и используется для анализа бизнес-процессов? Ответь двумя словами на английском или, одним словом.	churn rate/Churn Rate/CHURN RATE/churn/Churn/CHURN	ОПК-1
9.	Как называется визуальный инструмент, описывающий путь клиента от первого контакта до постпродажного взаимодействия с продуктом? Ответь аббревиатурой или тремя словами на русском или на английском.	CJM/cjm/Customer Journey Map/customer journey map/CUSTOMER JOURNEY MAP/Карта клиентского пути/карта клиентского пути/Карта Клиентского Пути/Карта пути пользователя/карта пути пользователя/ Карта пользовательского пути/карта пользовательского пути	ПК-4
10.	Как называется показатель, измеряющий соотношение общей выручки к количеству клиентов за определённый период времени? Ответь аббревиатурой или тремя словами на английском или четырьмя словами на русском.	ARPC/arpc/Average Revenue per Customer/average revenue per customer/AVERAGE REVENUE PER CUSTOMER/Средний доход на клиента/средний доход на клиента/Средний Доход на Клиента	ОПК-1
11.	Какой метод оценки проекта позволяет учитывать денежные потоки и ставку дисконтирования? Ответь аббревиатурой или тремя словами на английском.	NPV/npv/Net Present Value/net present value/ Net present value	ОПК-3

12.	<p>Как называется ключевая метрика в юнит-экономике, показывающая, сколько стоит привлечение одного клиента?</p> <p>Ответ одной аббревиатурой или тремя словами на английском или русском.</p>	<p>CAC/cac/Customer Acquisition Cost/customer acquisition cost/ стоимость привлечения клиента/ Стоимость привлечения клиента/Стоимость Привлечения Клиента</p>	ОПК-3
13.	<p>Какой показатель в маркетинговой аналитике отражает процент пользователей, кликнувших на объявление из всех, кто его увидел?</p> <p>Ответ аббревиатурой или тремя словами на английском.</p>	<p>CTR/ctr/C.T.R./Click Through Rate/click through rate/ Click through rate</p>	ОПК-3
14.	<p>Что из перечисленного является визуальной моделью, описывающей путь пользователя в цифровом продукте?</p> <p>a) Value Stream Map b) Customer Journey Map c) SWOT-анализ d) Gantt chart</p>	b	ОПК-3
15.	<p>Какой стратегический инструмент может использоваться ИТ-командой для оценки внешней среды и рисков при разработке цифрового продукта?</p> <p>a) SWOT b) GTM c) NPV d) PESTEL</p>	d	ОПК-3
16.	<p>Как называется показатель, измеряющий соотношение общей выручки к количеству клиентов за определённый период времени?</p> <p>Ответ аббревиатурой или тремя словами на английском или четырьмя словами на русском.</p>	<p>ARPC/arpc/Average Revenue per Customer/average revenue per customer/AVERAGE REVENUE PER CUSTOMER/Средний доход на клиента/средний доход на клиента/Средний Доход на Клиента</p>	ОПК-1
17.	<p>Какой показатель эффективности рекламы отражает, сколько раз пользователи кликнули по объявлению из числа всех, кто его увидел?</p> <p>Ответ аббревиатурой (без точек) или тремя словами на английском или одним-двумя словами на русском.</p>	<p>CTR/ctr/Click Through Rate/click through rate/Click through rate/Показатель кликабельности/показатель кликабельности/Кликабельность/кликабельность</p>	ОПК-4
18.	<p>Какой показатель измеряет срок, за который проект возвращает обратно изначальные инвестиции?</p> <p>Ответ двумя словами на английском или русском.</p>	<p>payback period/Payback Period/ Payback period /срок окупаемости/Срок окупаемости</p>	ОПК-4
19.	<p>Какой тип графика чаще всего используется для отображения динамики показателей во времени?</p> <p>Ответ двумя словами на русском или английском.</p>	<p>линейный график/Линейный график/line chart/Line Chart/ Line chart</p>	ОПК-4

20.	Какой метод оценки эффективности проекта отражает внутреннюю норму доходности? Ответь аббревиатурой или тремя словами на английском.	IRR/irr/Internal Rate of Return/ Internal rate of return	ПК-1
21.	Какой показатель в юнит-экономике отражает общее количество выручки, которое приносит клиент за весь период жизни? Ответь аббревиатурой или двумя, или тремя словами на английском или русском.	LTV/ltv/Customer Lifetime Value/customer lifetime value/ Customer lifetime value /Lifetime Value/lifetime value/Пожизненная ценность клиента/пожизненная ценность клиента/Пожизненная Ценность Клиента/Ценность клиента за жизнь/ценность клиента за жизнь	ПК-1
22.	Какой показатель в продуктовой аналитике измеряет, как часто пользователи возвращаются к продукту? Ответь, одним словом, на английском	retention/Retention	ПК-1
23.	Какой метод сегментации основан на понимании задач, которые пользователь «нанимает» продукт для выполнения? Ответь четырьмя английскими буквами или пятью словами.	JTBD/jtbd/Jobs To Be Done/jobs to be done/ Jobs to be done	ПК-1
24.	Какой термин описывает узкий участок бизнес-процесса, ограничивающий общую производительность? Ответь двумя словами на русском или одним — на английском.	Узкое место/узкое место/Bottleneck/bottleneck/Узкое горлышко/узкое горлышко	ПК-4
25.	Как называется тип отчёта или панели, где отображаются ключевые метрики проекта в реальном времени? Ответь, одним словом, на английском или русском.	dashboard/Dashboard/Дэшборд/дэшборд/дешборд/Дешборд	ПК-4
26.	Какой термин обозначает максимальное количество единиц продукции или операций, которое может быть выполнено за определённый период времени? Ответь, одним словом, на английском или русском.	capacity/Capacity/ Мощность/ мощность/ Производительность/производительность	ПК-4
27.	Какой формат командного обсуждения используется для анализа прошедшего этапа работы и поиска улучшений? Ответь, одним словом, на английском или русском.	retrospective/Retrospective/Retro/Ретро/ретроспектива/Ретроспектива	ПК-4
28.	Какой инструмент управления проектами позволяет визуализировать задачи в виде карточек и колонок (например: To Do, In Progress, Done) и наглядно отслеживать их выполнение в процессе жизненного цикла проекта?	b	ПК-4

	a) SWOT b) Kanban c) PESTEL d) BCG		
29.	Как называется формат командной встречи, на которой участники генерируют идеи и предложения по решению задач или улучшению процессов? a) Brainstorm b) Standup c) Review d) Grooming	a	ПК-4
30.	Какой инструмент визуализирует путь клиента от первого касания до постпродажного взаимодействия? Ответь тремя словами или аббревиатурой.	CJM/cjm/Customer Journey Map/customer journey map/CUSTOMER JOURNEY MAP/Карта клиентского пути/карта клиентского пути/Карта Клиентского Пути/Карта пути пользователя/карта пути пользователя/ Карта пользовательского пути/карта пользовательского пути	ПК-5
31.	Как называется показатель удовлетворённости клиентов, измеряемый по шкале от «очень доволен = 5» до «очень недоволен =1»? Ответь аббревиатурой или тремя словами на английском.	CSAT/ Csat /csat/Customer Satisfaction Score/ Customer satisfaction score / customer satisfaction score	ПК-5
32.	Как называется обобщённый образ клиента, включающий цели, мотивации, поведение и характеристики, используемый для настройки коммуникации и продуктовых решений в маркетинге? Ответь двумя словами на английском или русском.	user persona/User Persona/ User persona /USER PERSONA/персона пользователя/Персона пользователя	ПК-5
33.	Какой термин описывает уникальную ценность продукта с точки зрения клиента? a) JTBD b) Value Proposition c) SAC d) MVP	b	ПК-5
34.	Какой термин обозначает проблемы и боли клиента, которые продукт должен решить? a) Benchmarks b) Funnels c) Pain points d) Bottlenecks	c	ПК-5

35.	Как называется процесс разделения целевой аудитории на группы с общими характеристиками и потребностями? Ответ, одним словом, на русском или английском.	Сегментация/сегментация/segmentation/Segmentation	ПК-6
36.	Как называется характеристика, описывающая, насколько изменение цены влияет на спрос на продукт? Ответ одним, словом, на русском или английском.	эластичность/Эластичность/elasticity/Elasticity	ПК-6
37.	Как называется приём увеличения продаж за счёт предложения более дорогой версии товара?	upsell/Upsell/upselling/Upselling/up sell/Up sell/up-sell/Up-sell/up-selling/Up-selling	ПК-6
38.	Как называется стратегия предложения сопутствующих товаров вместе с основным продуктом?	cross-sell/Cross-sell/Cross-Sell/ cross sell / Cross sell / Cross Sell /Кросс продажи/кросс продажи/Кросс-продажи/кросс-продажи	ПК-6