

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ  
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный  
университет имени И.Т. Трубилина»**

Учетно-финансовый факультет

Кафедра экономического анализа

## **ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ**

**Методические указания**  
для контактной и самостоятельной работы  
обучающихся очной формы обучения  
по направлению 38.03.01 Экономика,  
направленность «Бизнес-аналитика»

Краснодар  
КубГАУ  
2021

*Составитель: Мороз Н.Ю.*

**Введение в профессию:** метод. указания для контактной и самостоятельной работы / сост. Мороз Н.Ю.– Краснодар :КубГАУ, 2021. – 30 с.

В методических указаниях для контактной и самостоятельной работы по дисциплине «Введение в профессию» представлены планы семинарских занятий, темы докладов, вопросы для обсуждения, задачи, тесты, предназначенные для закрепления знаний, умений и навыков.

Предназначены для обучающихся по программе бакалавриата 38.03.01«Экономика», направленность «Бизнес-аналитика».

Рассмотрены и одобрены методической комиссией учетно-финансового факультета Кубанского государственного аграрного университета, протокол № 9 от 16.06.2021.

Председатель методической комиссии

И.Н. Хромова

©Мороз Н.Ю.,  
составление,2021  
© ФГБОУ ВО «Кубанский государствен-  
дарственный аграрный университет  
имени  
И. Т. Трубилина», 2021

## **ВВЕДЕНИЕ**

**Целью** освоения дисциплины «Введение в профессию» является формирование комплекса знаний об основах профессиональной деятельности бизнес-аналитика, а так же о теоретических основах, методологии, методах и практики применения бизнес-анализа.

**Задачи дисциплины:**

- формирование знаний о сущности профессии бизнес-аналитика, стратегии его развития на перспективу;
- приобретение системы знаний об основах бизнес-аналитики как сферы профессиональной деятельности;
- определение взаимосвязи между элементами информации бизнес-анализа;
- изучение и применение методов бизнес-анализа и интерпретация информации с целью формирования возможных решений.

Для освоения представленных материалов рекомендуется ознакомиться с программными вопросами по каждой теме, литературными источниками, нормативами, а также решить практические задачи и оформить результаты каждого этапа работы.

## Тема 1. Бизнес-анализ: новое направление аналитической работы

### *План семинара*

1. Причины возникновения бизнес-анализа
2. Понятие и значение бизнес-анализа в деятельности организации
3. Предмет и объекты бизнес-анализа
4. Отличия бизнес-анализа от традиционного анализа хозяйственной деятельности предприятия

### *Темы докладов*

1. Характеристика профессии бизнес-аналитика
2. Причины возникновения и этапы становления бизнес-анализа
3. Экономический анализ, что это такое?
4. Бизнес-модель компании как объект бизнес-анализа
5. Структура современного бизнес-анализа

1. Сформулируйте понятия:

Анализ - \_\_\_\_\_

---

---

---

Анализ хозяйственной деятельности - \_\_\_\_\_

---

---

---

Бизнес-анализ – \_\_\_\_\_

---

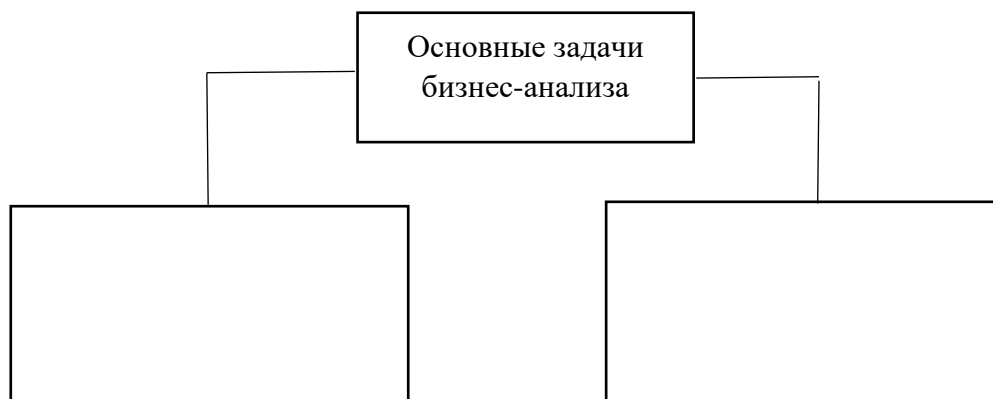
---

---

2. Заполните таблицу.

Объект бизнес-анализа	Предмет бизнес-анализа

3. Перечислите основные задачи бизнес-анализа



4. Сформируйте основные отличия бизнес-анализа от традиционного анализа хозяйственной деятельности предприятия

Бизнес-анализ	Анализ хозяйственной деятельности организации

## *Тесты*

1. Бизнес-анализ ориентирован на:

- 1) обеспечение устойчивого развития компании при помощи управления ее изменениями;
- 2) информационную поддержку системы управления операционной деятельностью компании;
- 3) обеспечение интересов собственников и инвестиционной привлекательности компании.
- 4) сравнение текущих показателей с базисными.

2. Выявление проблем бизнеса основано на:

- 1) оценке провалов и неудач в коммерческой деятельности компании;
- 2) оценке отставания показателей компании от показателей деятельности ее конкурентов;
- 3) оценке разрывов между требованиями ключевых стейкхолдеров и фактическими значениями соответствующих показателей деятельности компании.
- 4) сравнении ключевых показателей деятельности с базисными значениями.

3. Бизнес-анализ отличается от традиционного анализа хозяйственной деятельности:

- 1) ориентацией на специфику конкретного бизнеса и интересы его собственников;
- 2) ориентацией на управление изменениями бизнеса с учетом требований различных групп заинтересованных сторон;
- 3) ориентацией на оценку эффективности бизнеса в условиях рыночных отношений.
- 4) тем, что в нем используются строго специфические показатели оценки.

4. Требования бизнеса характеризуют:

- 1) требования собственников организации;
- 2) сформулированные на высшем уровне управления цели, задачи и потребности организации в целом, применительно к конкретным условиям;
- 3) требования, зафиксированные в учредительном договоре и уставе организации.
- 4) требования партнеров организации

5. Бизнес-анализ — это:

- 1) анализ бизнес-процессов коммерческой компании;
- 2) анализ деловых отношений коммерческих компаний между собой;
- 3) аналитическое обеспечение управления изменениями компании.
- 4) расчет основных экономических показателей

## Тема 2. Профессиональная деятельность бизнес-аналитика

### План семинара

1. Роль бизнес-аналитика
2. Задачи бизнес-аналитика
3. Требования к сертификации ИВА

### Темы докладов

1. Роль бизнес-аналитика в современной коммерческой организации
2. Какими бывают бизнес-аналитики?
3. Международный институт бизнес-анализа (ИВА, International institute of business analysis)
4. Профессиональное развитие и обучение специалистов в области бизнес-анализа

1. Дайте определение

Бизнес-аналитик – это \_\_\_\_\_

---

---

---

2. За что отвечает бизнес-аналитик?

---

---

---

---

---

---

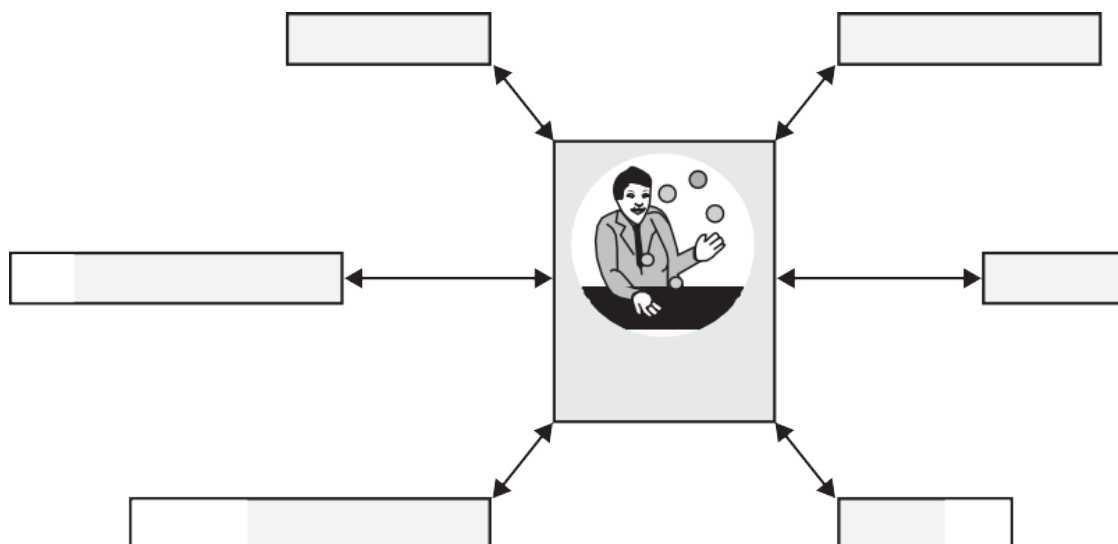
---

---

---

---

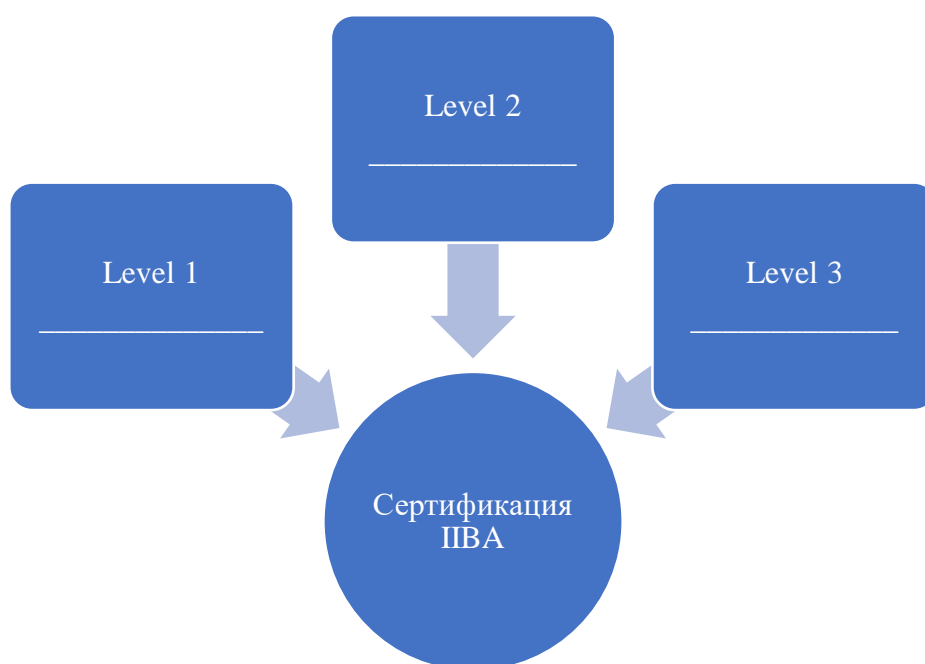
3. В чем заключается основная коммуникация бизнес-аналитика с другими участниками проекта? Заполните схему.



4. Какими бывают бизнес-аналитики в зависимости от сферы деятельности?

Бизнес (потребность)	IT (решение)

5. Заполните схему с основными сертификациями по бизнес-анализу в соответствии с ПВА



6. Какие специальные сертификации вы знаете?

---

---

---

---

---

---

7. Перед вами 3 человека (экономист, философ и бизнес-аналитик). Какие 2 вопроса нужно им задать, чтобы понять, кто из них бизнес-аналитик? Вопросы должны быть одинаковы для всех.



## *Тесты*

1. Бизнес-анализ — это:

- 1) анализ бизнес-процессов коммерческой компании;
- 2) анализ деловых отношений коммерческих компаний между собой;
- 3) аналитическое обеспечение управления изменениями компании.
- 4) расчет основных экономических показателей

2. Владелец бизнес-процесса — это:

- 1) собственник компании, обладающий контрольным пакетом акций;
- 2) должностное лицо, имеющее в своем распоряжении ресурсы, необходимые для выполнения этого процесса, и несущее ответственность за результаты этого процесса;
- 3) стейкхолдер, для выполнения требований которого осуществляется бизнес-процесс.
- 4) кредитор, для выполнения требований которого осуществляется бизнес-процесс

3. Ресурсы бизнес-процесса:

- 1) денежное выражение всех материальных, трудовых, финансовых и информационных ресурсов, необходимых для осуществления бизнес-процесса;
- 2) персонал, оборудование и инфраструктура, постоянно используемые для выполнения процесса, но не являющиеся входом этого процесса;
- 3) часть капитала компании, выделяемая для осуществления бизнес-процесса в течение определенного периода.
- 4) бизнес-единицы, нацеленные на достижение совокупного результата.

4. Бизнес-аналитик:

- 1) любое лицо, выполняющее задачи бизнес-анализа, независимо от своей должности или организационной роли;
- 2) должностное лицо, осуществляющее функции бизнес-аналитика в соответствии со штатным расписанием и должностными инструкциями;
- 3) специалист, прошедший необходимую подготовку и аттестованный в качестве бизнес-аналитика.
- 4) лицо, принимающее ключевые решения в компании

5. Профессиональный стандарт бизнес-аналитика — это:

- 1) детальные методические рекомендации по осуществлению процедур бизнес-анализа;
- 2) инструкция по организации бизнес-анализа на предприятии;
- 3) характеристика трудовых функций бизнес-аналитика и необходимых для их выполнения квалификаций.
- 4) инструкция для расчета показателей

### Тема 3. Свод знаний по бизнес-анализу (ВАВОК)

#### *План семинара*

1. Общая характеристика свода знаний ВАВОК
2. Концептуальная модель бизнес-анализа
3. Ключевые термины ВАВОК
4. Требования ВАВОК
5. Область знания по бизнес-анализу

#### *Темы докладов*

1. Профессиональный стандарт по бизнес-анализу и его характеристика
2. Сравнительная характеристика версий (v1-v3) ВАВОК
3. Характеристика основных понятий (концептов) ВАВОК
4. Сущность основных понятий: Изменения (Changes), Потребности (Needs)
5. Сущность основных понятий: Заинтересованные стороны (Stakeholders), Решения (Solutions)
6. Сущность основных понятий: Контексты (Contexts), Значение/Ценность (Value)
7. Совокупность взаимосвязанных групп, задач и методик в соответствии с областями знания ВАВОК

1. Что такое ВАВОК?

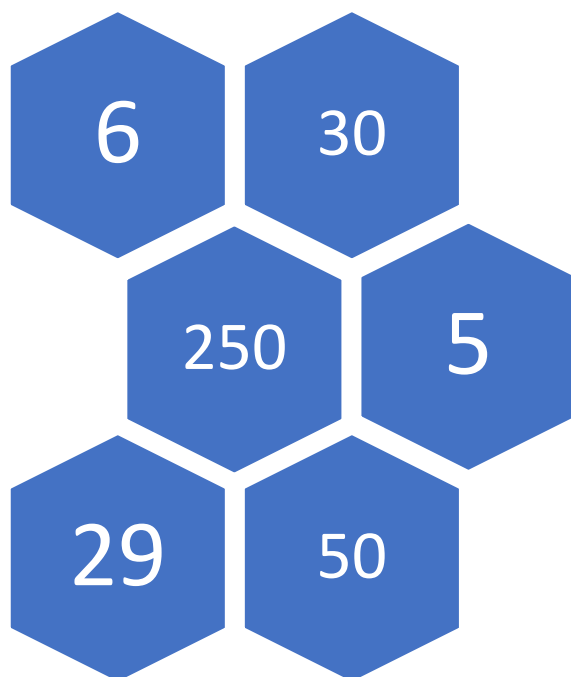
---

---

2. Как расшифровывается ВАВОК?

---

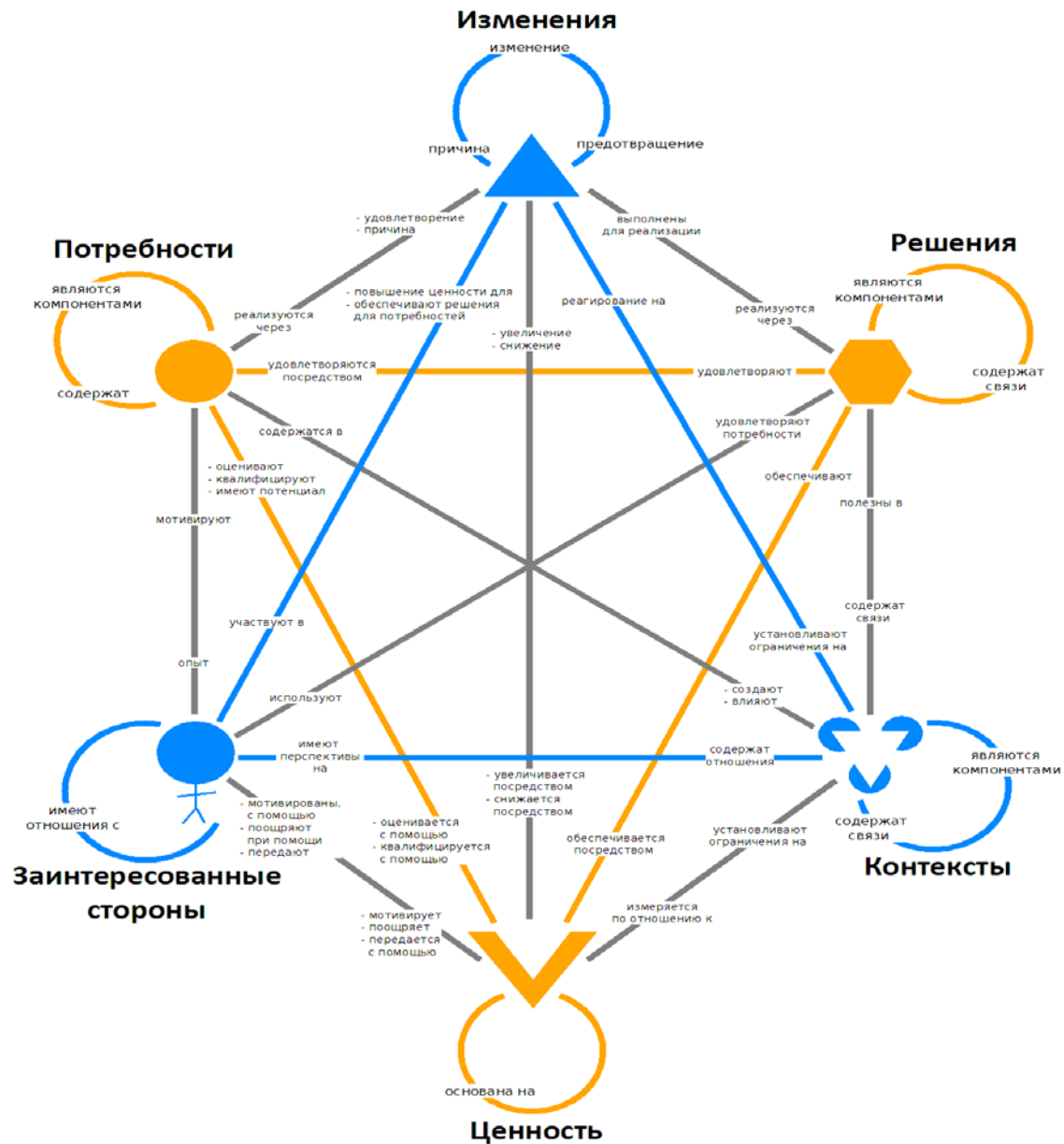
3. На данном рисунке представлены ключевые цифры, относящиеся к содержанию ВАВОК. Охарактеризуйте каждую из них:



4. Заполните таблицу, указав названия глав свода знаний по бизнес-анализу

Глава 1	
Глава 2	
Глава 3	
Глава 4	
Глава 5	
Глава 6	
Глава 7	
Глава 8	
Глава 9	
Глава 10	
Глава 11	

5. Рассмотрите схему концептуальной модели бизнес-анализа. Охарактеризуйте ее.



6. Дайте определение понятию стейкхолдер (заинтересованная сторона)

---

---

---

7. Заинтересованные лица могут быть внутренними или внешними по отношению к команде проекта или разрабатывающей организации. Распределите в таблице, кто может являться внутренним стейкхолдером, а кто внешним: покупатель, специалист по закупкам, аудитор, тестировщик, дизайнер, отдел маркетинга, юристы, владелец продукта, консультант, подрядчик, собственник компании, куратор проекта в руководстве компании, разработчик ПО, бизнес-аналитик.

Внутренние стейкхолдеры	Внешние стейкхолдеры

8. У каждого стейкхолдера есть своя заинтересованность в проекте. Укажите, что будет интересоваться каждую заинтересованную сторону, если проект будет заключаться в улучшении обслуживания студентов в столовой.

Стейкхолдер	Интерес

9. Разработайте концептуальную модель для данной ситуации. Три подруги Саша, Маша, Даша хотят отдохнуть неделю на море в Анапе, потому что хотят чтобы вокруг не было иностранцев, ехать было не далеко, обязательно ловил интернет и была сотовая связь. Бюджет 50 тыс. руб. на человека. Саша хочет недорогой отель, Маша – all inclusive, Даше всё равно какой отель, главное, чтобы было близко расположено море.

Потребность	Описание
Требование	
Контекст	
- социокультурный	
- бизнес	
- географический	
- информационный	
Заинтересованная сторона	
Ценность	
Решение	
Альтернативные варианты	
Изменения	

10. Разработайте концептуальную модель для данной ситуации. Если Вася закончит на отлично сессию, родители обещают купить ему сотовый телефон, бюджет составляет 60 тысяч рублей. Вася мечтает об iPhone 12 pro.

Потребность	Описание
Требование	
Контекст	
- социокультурный	
- бизнес	
- географический	
- технологический	

- информационный	
Заинтересованная сторона	
Ценность	
Решение	
Альтернативные варианты	
Изменения	

10. Смоделируйте ситуацию и разработайте к ней концептуальную модель.

Потребность	Описание
Требование	
Контекст	
- социокультурный	
- бизнес	
- географический	
- технологический	
- информационный	
Заинтересованная сторона	
Ценность	
Решение	
Альтернативные варианты	
Изменения	

11. Сформулируйте определение следующих ключевых понятий бизнес-анализа:

Потребность \_\_\_\_\_

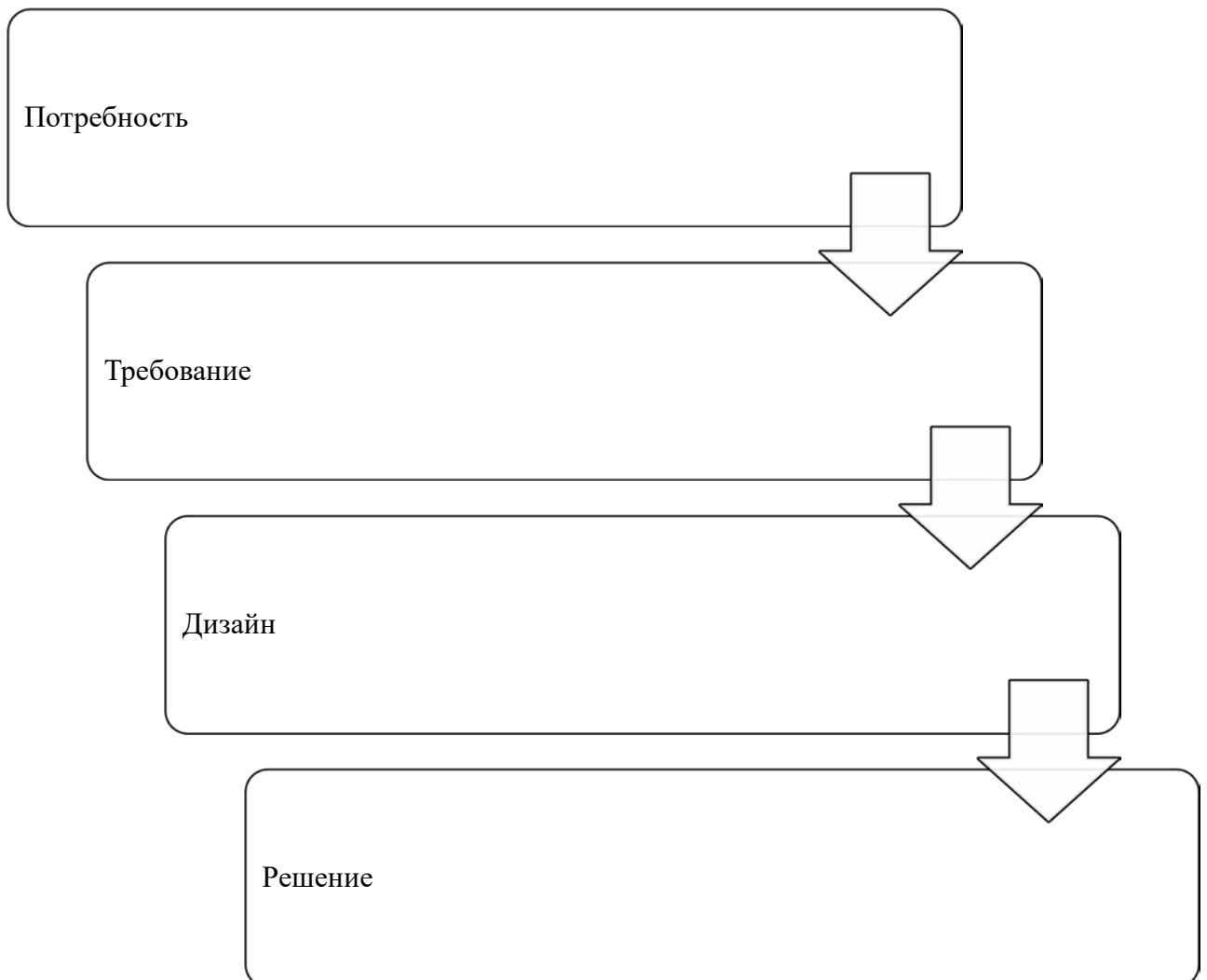
---

Требование \_\_\_\_\_

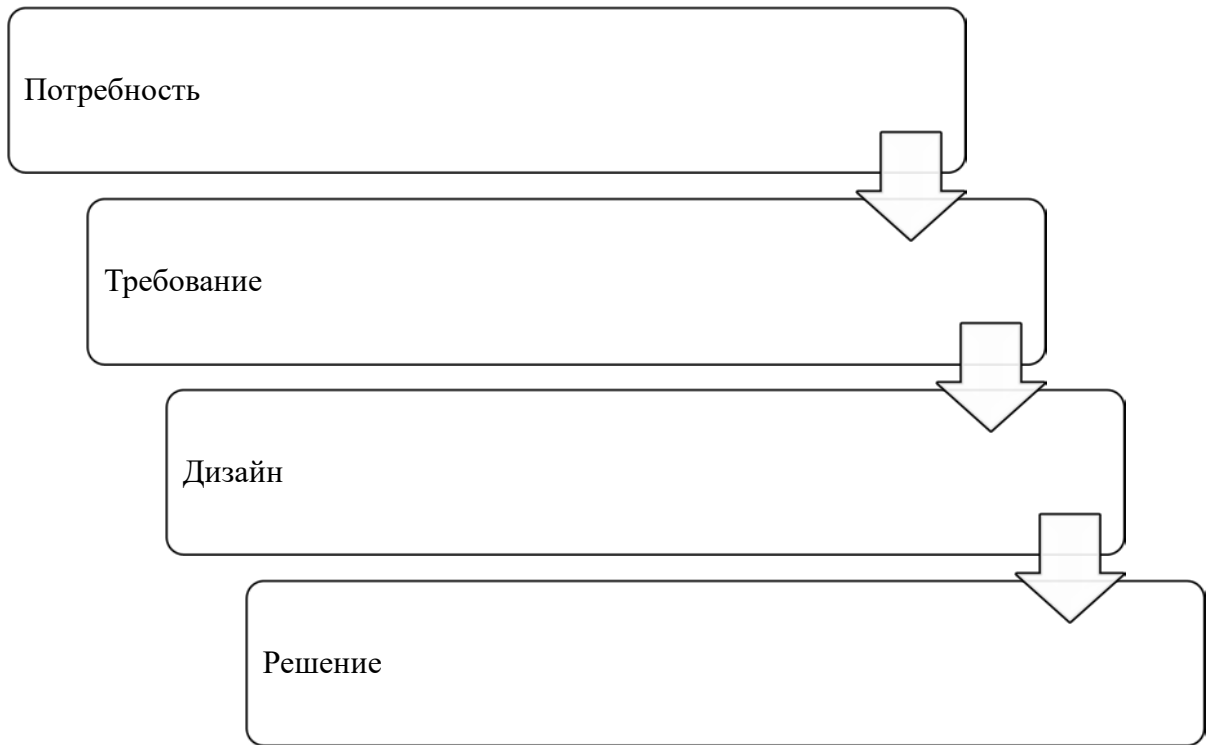
Дизайн \_\_\_\_\_

Решение \_\_\_\_\_

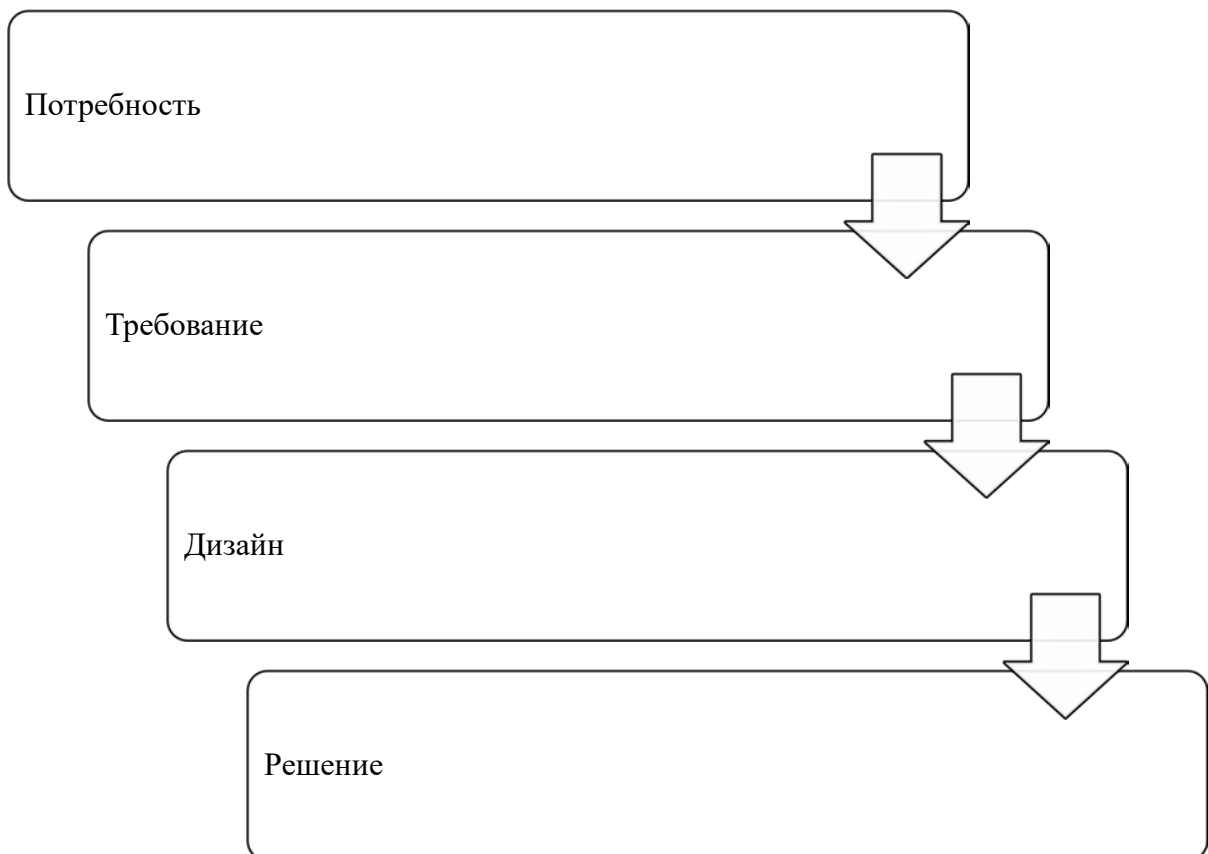
12. Перед вами схема ключевых взаимосвязанных понятий бизнес-анализа. Охарактеризуйте каждое из них, исходя из ситуации. Я хочу, чтобы у меня был торт на день рождения.



13. Перед вами схема ключевых взаимосвязанных понятий бизнес-анализа. Охарактеризуйте каждое из них, исходя из ситуации. Организации необходимо уменьшить время на упаковку товара.

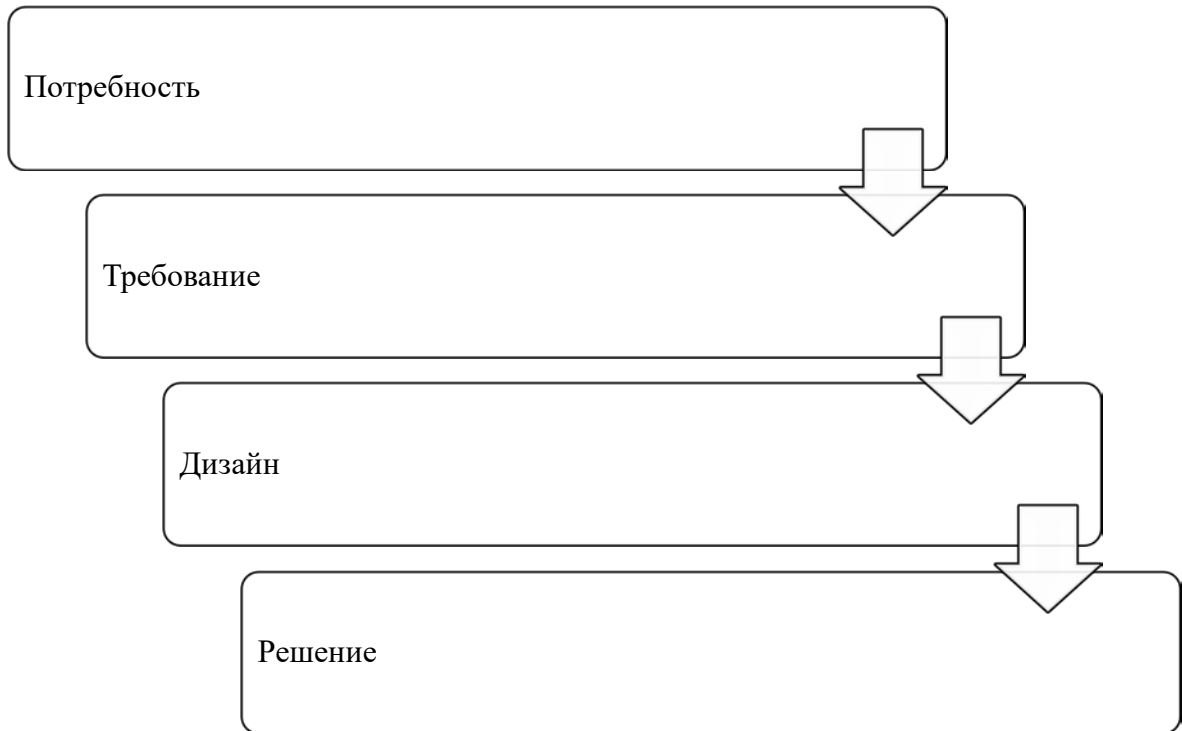


14. Перед вами схема ключевых взаимосвязанных понятий бизнес-анализа. Охарактеризуйте каждое из них, исходя из ситуации. Настя хочет учиться в ВУЗе на одни пятёрки.

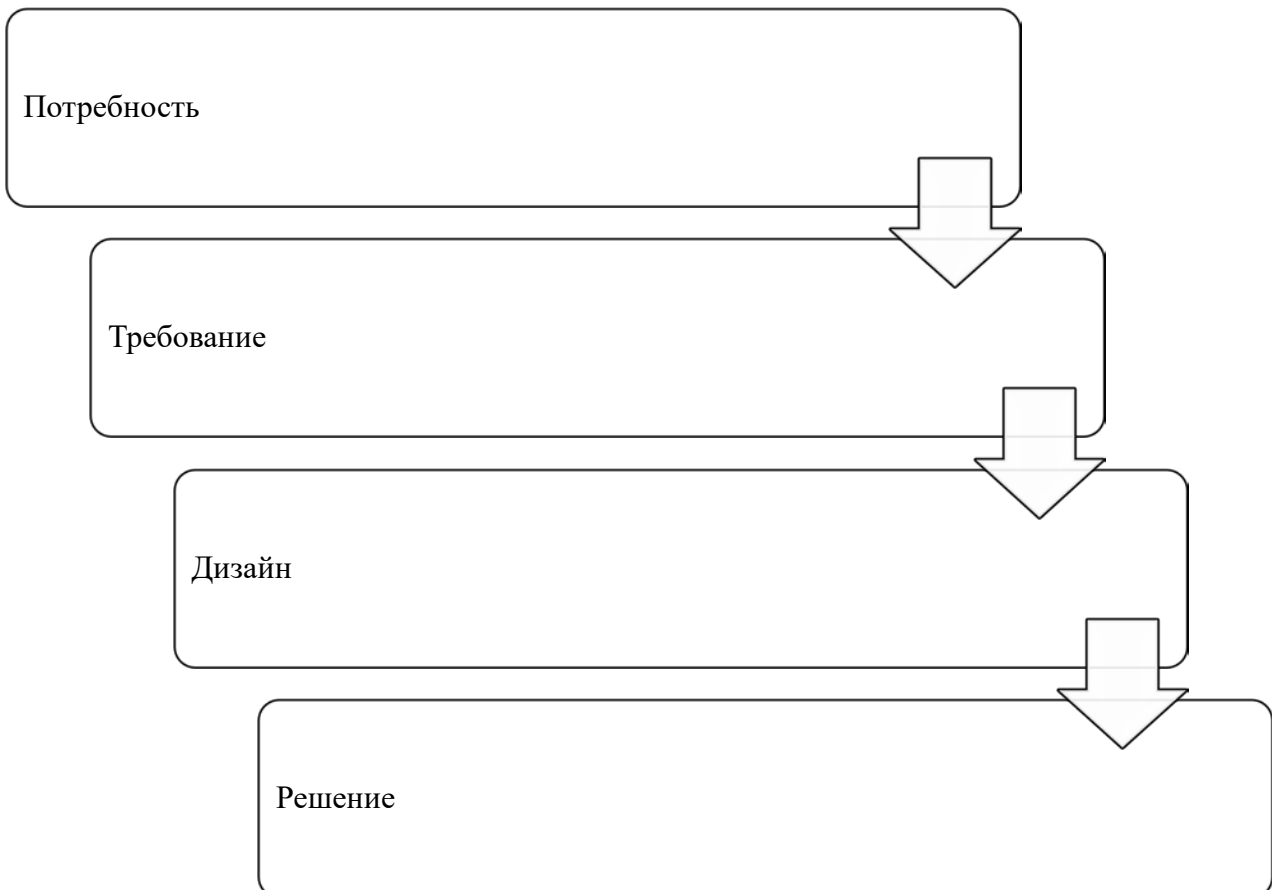




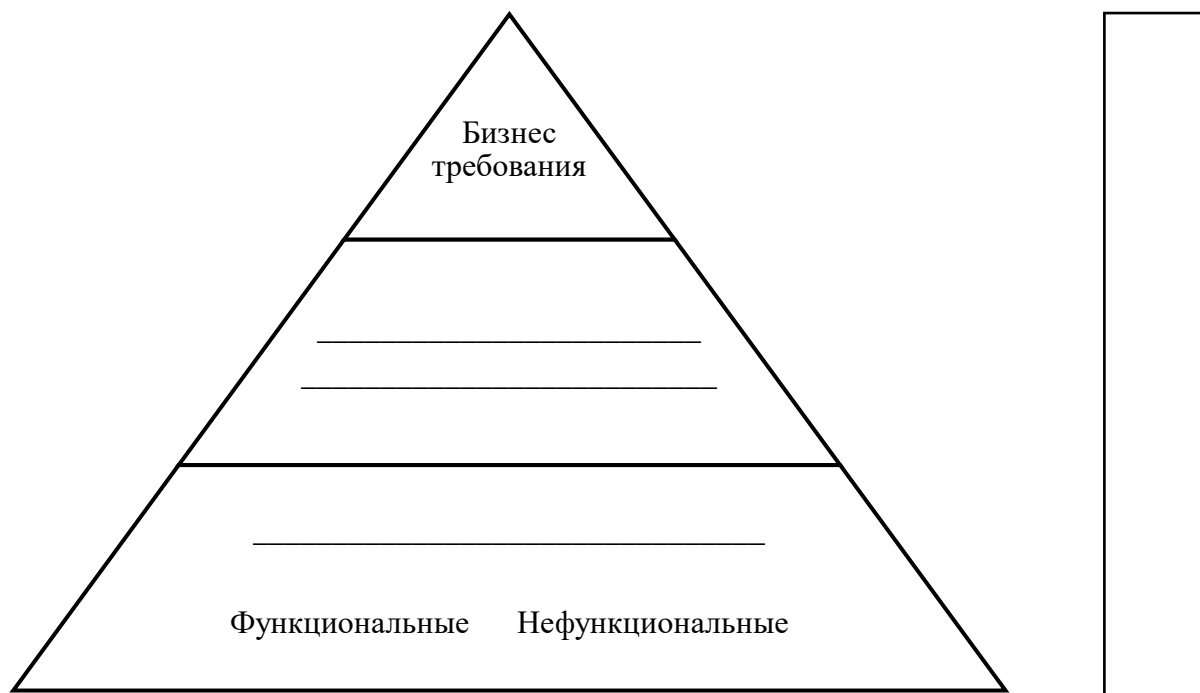
15. Перед вами схема ключевых взаимосвязанных понятий бизнес-анализа. Охарактеризуйте каждое из них на основе своего примера.



16. Перед вами схема ключевых взаимосвязанных понятий бизнес-анализа. Охарактеризуйте каждое из них на основе своего примера.



17. Заполните схему бизнес-требований недостающими элементами.



18. Рассмотрите иерархию требований на примере каршеринга.

Потребность	Обеспечение непрерывности деятельности компании
Бизнес-требование	Исправное состояние автотранспорта (не менее 95%)
Требование заинтересованных сторон	Мне, как начальнику гаража, необходимо наличие актуальной информации по автомобильному парку, чтобы обеспечить исправное состояние автотранспорта
Функциональное требование	Решение должно поддерживать ведение справочника автомобилей с указанным перечнем атрибутов
Нефункциональное требование	Решение должно быть доступно не менее 360 дней в году
Переходное требование	Решение должно содержать средства первоначальной загрузки перечня имеющихся автомобилей из Excel

19. Составьте иерархию требований на примере медицинской клиники, которая заинтересована в сокращении времени на заполнение медицинских карт.

Потребность	
Бизнес-требование	
Требование заинтересованных сторон	
Функциональное требование	
Нефункциональное требование	
Переходное требование	

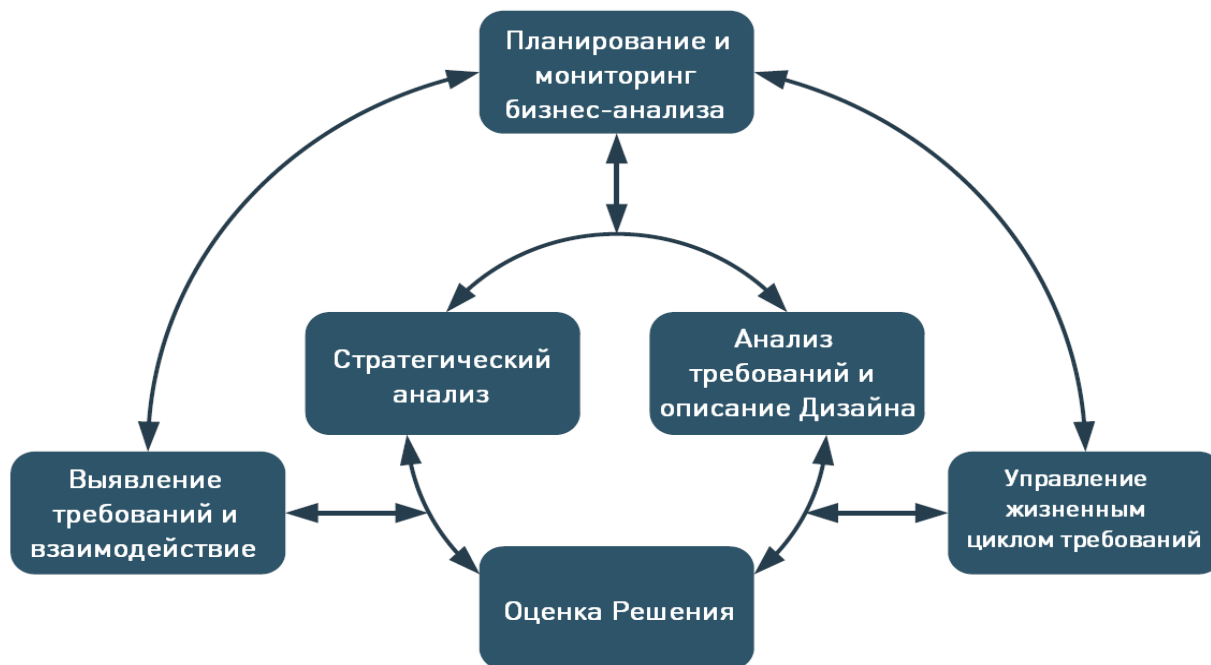
20. Составьте иерархию требований на примере кондитерской, которой необходимо, чтобы ассортимент товара на прилавке был полным.

Потребность	
Бизнес-требование	
Требование заинтересованных сторон	
Функциональное требование	
Нефункциональное требование	
Переходное требование	

21. Составьте иерархию требований, основываясь на своем примере

Потребность	
Бизнес-требование	
Требование заинтересованных сторон	
Функциональное требование	
Нефункциональное требование	
Переходное требование	

22. Рассмотрите схему областей знаний по бизнес-анализу и охарактеризуйте каждую из областей.



23. Из чего состоят области знаний? Перечислите составляющие элементы.

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_
6. \_\_\_\_\_
7. \_\_\_\_\_
8. \_\_\_\_\_

### *Тесты*

1. Различия между традиционным анализом хозяйственной деятельности и бизнес-анализом проявляются в том, что:

- 1) анализ хозяйственной деятельности ориентирован на обеспечение потребностей управления в плановой экономике, а бизнес-анализ — в рыночной;
- 2) анализ хозяйственной деятельности обеспечивает управление текущей операционной деятельностью предприятия, а бизнес-анализ — управление изменениями деятельности предприятия и изменениями самого предприятия;
- 4) анализ хозяйственной деятельности осуществляется в интересах менеджмента компании, а бизнес-анализ — в интересах собственников и инвесторов.
- 5) анализ хозяйственной деятельности не учитывает всех особенностей ведения бизнеса.

2. Для чего нужны методы вербального анализа:

- 1) для литературного описания сущности и подробностей сложившихся проблем и путей их решения;
- 2) для решения слабо структурированных задач, характеризующихся как количественными, так и качественными показателями;
- 3) для словесной характеристики аналитических процедур и порядка их организации.

3. Функционально-стоимостный анализ ориентирован на:

- 1) исчисление и анализ затрат, связанных с осуществлением различных бизнес-процессов предприятия;
- 2) обоснование размеров необходимого финансирования выполнения предприятием различных функций;
- 3) системное исследование функций объекта анализа и связанных с их осуществлением затрат для их оптимизации на основе нахождения баланса между себестоимостью и полезностью для конкретных заинтересованных сторон.

4. Что такое Business Intelligence (BI):

- 1) синоним понятия «бизнес-анализ»;
- 2) технологии и программное обеспечение для преобразования больших объемов неструктурированной информации в данные, необходимые для выработки управленческих решений;
- 3) система конкурентной разведки — сбор, обработка и анализ информации из различных источников с целью обоснования управленческих решений, позволяющих повысить конкурентоспособность бизнеса.

5. Как вы понимаете соотношение бизнес-модели и стратегии компании:

- 1) бизнес-модель является неотъемлемым элементом стратегии компании;
- 2) стратегия компании разрабатывается на основе анализа ее бизнес- модели;
- 3) бизнес-модель компании разрабатывается с целью обеспечения реализации ее принятой стратегии.

6. С позиций какой группы стейкхолдеров коммерческой компании наиболее адекватно будет оцениваться эффективность ее бизнес-модели при помощи показателя соотношения темпов прироста экономической добавленной стоимости и темпов прироста активов:

- 1) с позиций акционеров и инвесторов компании;
- 2) позиций менеджмента компании;
- 3) позиций кредиторов и страховщиков компании.

7. Что такое бизнес-процесс?

- 1) Совокупность бизнес-функций
- 2) Последовательность действий по преобразованию входов в выходы, удовлетворяющие потребителя
- 3) Коммерческая деятельность с целью получения прибыли
- 4) Любая деятельность в корпоративных масштабах

8. Владелец бизнес-процесса – это

- 1) лицо, которое отвечает за результат процесса, заинтересовано в нем, обладает ресурсами и полномочиями для его выполнения
- 2) спонсор проекта
- 3) функциональный менеджер
- 4) ответственный исполнитель

10. Теоретической основой бизнес-анализа по своей сущности является:

- 1) позитивная концепция бизнеса;
- 2) прагматическая концепция бизнеса;
- 3) критическая концепция бизнеса;

11. Согласно концепции Международного института бизнес- анализа целевая направленность бизнес-анализа заключается:

- 1) в методологическом обеспечении эффективного управления;
- 2) в информационном обеспечении собственников и инвесторов предприятия;
- 3) в информационном обеспечении эффективного корпоративного управления;

12. Стейкхолдер - это:

- 1) собственники бизнеса и их инвесторы;
- 2) собственники бизнеса, инвесторы, менеджеры компании и персонал;
- 3) это группы, организации или лица, на которые влияет бизнес- структура и от которых она зависит;

13. Корпоративное управление бизнес-структурой должно быть ориентировано на то, чтобы:

- 1) все группы стейкхолдеров лучшим образом выполняли свои функции и удовлетворяли свои потребности при сохранении баланса интересов между ними;
- 2) все группы стейкхолдеров лучшим образом удовлетворяли свои потребности;
- 3) все группы стейкхолдеров лучшим образом выполняли свои функции;

14. В бизнес-анализе выделяют следующие типы требований:

- 1) требования бизнеса, требования заинтересованных сторон, требования решения, требования реализации;
- 2) требования бизнеса, требования заинтересованных сторон, требования решения, требования анализа;
- 3) требования бизнеса, требования заинтересованных сторон, функциональные требования, требования реализации;

15. Анализ требований стейкхолдеров для целей бизнес-анализа осуществляется по следующим классификационным признакам:

- 1) по степени зависимости от бизнес-структуры, по месту расположения бизнес-структуры, по степени участия в деятельности бизнес-структуры;
- 2) по степени зависимости от бизнес-структуры, по месту расположения бизнес-структуры, по степени участия в деятельности других бизнес-структур;
- 3) по степени зависимости от бизнес-структуры, по степени влияния на бизнес-структуру, по степени участия в деятельности бизнес-структуры;

16. Целью моделирования бизнес-процессов является:

- 1) систематизация в виде формальной модели всех взаимосвязанных хозяйственных и управленческих процессов, определяющих прибыльность бизнеса;
- 2) систематизация в виде формальной модели всех взаимосвязанных хозяйственных и управленческих процессов, определяющих сущность деловой активности предприятия;
- 3) систематизация в виде формальной модели всех взаимосвязанных хозяйственных и управленческих процессов, определяющих темпы роста стоимости бизнеса;

17. Бизнес-процесс – это:

- 1) логически обоснованный взаимосвязанный набор операций, потребляющий ресурсы производителя с целью создания результата, обладающего определённой ценностью для его потребителя;
- 2) логически взаимосвязанный набор операций, преобразующий ресурсы производителя с целью создания ценности для потребителя;
- 3) логически обоснованный, последовательный, взаимосвязанный набор операций, потребляющий и преобразующий ресурсы производителя с целью создания результата, обладающего определённой ценностью для его потребителя;

18. Тщательному анализу должны подвергаться:

- 1) бизнес-процессы компании;
- 2) бизнес-единицы и бизнес-процессы компании;
- 3) бизнес-единицы, бизнес-процессы и бизнес-модели компании

19. Основной целью бизнес-анализа является:

- 1) совершенствование отдельных бизнес-процессов компании;
- 2) совершенствование бизнес-единиц компании;
- 3) формирование актуальной бизнес-модели компании;

20. С позиции экономического бизнес-анализа содержание комплексной бизнес-модели любой компании должно включать следующие основные компоненты:

- 1) целевую клиентуру и мотивацию её привлечения, ценность для внешних клиентов, систему создания этой ценности, финансовую модель бизнеса;

2) целевую клиентуру, ценность для внешних клиентов, систему создания этой ценности, финансовую результативность бизнеса;

3) целевую клиентуру и мотивацию её привлечения, ценность для внешних клиентов и управленческого персонала, систему создания ценности, финансовую результативность бизнеса;

21. Типология классификации бизнес-моделей компании, разработанная специалистами Массачусетского технологического института, основана на двух фундаментальных измерениях бизнеса, которые:

1) определяют типы прав на активы, продаваемые компанией, и типы активов, вовлечённых в бизнес;

2) определяют типы прав на активы, продаваемые компанией, и типы пассивов, вовлечённых в бизнес;

3) определяют типы прав на прибыль компании, и типы активов, вовлечённых в бизнес;

22. Понятия экономического бизнес-анализа и информационного бизнес-анализа:

1) тождественны;

2) информационный бизнес-анализ - это часть экономического бизнес-анализа, которая определяет этапы принятия управленческих решений;

3) информационный бизнес-анализ служит информационным и программным обеспечением экономического бизнес-анализа для принятия управленческих решений;

23. Бизнес-аналитик – это специалист, который:

1) призван обеспечить бизнес-структуре устойчивое развитие, формируя новые или совершенствуя существующие направления деловой активности, бизнес-процессов в соответствии с её стратегическими целями и запросами стейкхолдеров;

2) призван обеспечить бизнес-структуре устойчивое развитие, формируя новые или совершенствуя существующие направления бизнес-процессов в соответствии с её стратегическими целями;

3) призван обеспечить бизнес-структуре устойчивое развитие, формируя новые или совершенствуя существующие направления деловой активности и бизнес-процессов в соответствии с запросами стейкхолдеров;

24. Системный аналитик обеспечивает:

1) консультации в области информационных технологий и организации систем сбора, передачи, накопления, и обработки информации;

2) консультации в области информационных систем анализа экономической информации;

3) консультации в области информационных технологий и использования их для принятия управленческих решений;

25. Аналитик бизнес-систем обеспечивает:

1) консультации в области формирования управленческой структуры компании, политики её операционной и финансовой деятельности;

2) консультации в области формирования организационной и управленческой структуры компании, политики её операционной, инвестиционной и финансовой деятельности;



## Тема 4. Методы бизнес-анализа в ВАВОК

### *План семинара*

1. Структура описания методов
2. Обзор методов, используемых для решения задач бизнес-анализа

### *Темы докладов*

1. Характеристика методов бизнес-анализа и их особенности
2. Анализ требований и определение дизайна
3. Управление жизненным циклом требований
4. Общая характеристика методов бизнес-анализа
5. Структура описания методов бизнес-анализа

### *Тест*

1. Предмет бизнес-анализа - это:

- 1) бизнес-процессы компании, их причинно-следственные связи и влияние на требования стейкхолдеров компании;
- 2) экономические явления, происходящие в результате осуществления бизнес-процессов, деятельности бизнес-единиц и компании в целом, а также причинно-следственные связи этих явлений и их соответствие требованиям стейкхолдеров;
- 3) бизнес-единицы компании, их взаимообуславливающие связи и влияние на требования стейкхолдеров;

2. Объекты бизнес-анализа – это

- 1) бизнес-процессы, бизнес-единицы, бизнес-модели компаний, показатели их деятельности, требования их стейкхолдеров и внешняя среда;
- 2) бизнес-процессы и бизнес-единицы компаний, показатели их деятельности, требования их стейкхолдеров;
- 3) бизнес-модели компаний, показатели их деятельности, требования их стейкхолдеров;

3. Чтобы система показателей успешно диагностировала состояние бизнеса и служила индикатором эффективности управления, прогнозируя его развитие, она должна:

- 1) отражать реальные финансово-хозяйственные процессы, быть достаточной для формирования достоверной оценки, включать обобщающие и частные показатели, содержать результативные показатели и параметры производственных факторов, позволяющие разработать варианты управленческих решений;
- 2) содержать результативные показатели и параметры производственных факторов, позволяющие разработать варианты управленческих решений, отражать реальность и достоверность оценки, быть достаточной для формирования стратегии развития;
- 3) отражать текущую ситуацию, быть достаточной для формирования достоверной оценки, содержать результативные показатели и параметры производственных факторов, позволяющие разработать варианты управленческих решений;

4. Динамика анализируемых явлений и процессов бизнеса исследуется с помощью:

- 1) относительных показателей;
- 2) показателей, характеризующих темпы роста;

3) показателей, характеризующих соотношение отдельных элементов однородной совокупности на определенную дату.

5. Черты, характеризующие современные условия функционирования бизнес-структур:

- 1) поступательно-меняющиеся условия производства и высокий уровень конкуренции;
- 2) непредсказуемость и нестабильность всеобщих изменений;
- 3) интенсивное развитие внешних условий хозяйствования при высокой конкуренции на внутреннем рынке;

6. Сколько областей знаний в бизнес-анализе выделяет ВАВОК?

- 1) 10
- 2) 6
- 3) 4
- 4) 5

7. Основные компоненты бизнес-модели компании:

- 1) производственные мощности и ресурсы, структура управления, ассортимент продукции,
- 2) система сбыта;
- 3) капитал, активы и обязательства, система распределения прибыли;
- 4) целевая клиентура компании и мотивация ее привлечения, предлагаемые ценности для внешних клиентов и система их создания, финансовая модель бизнеса.
- 5) ресурсы, товары, продукция.

8. Техника в ВАВОК – это

- 1) подход, прием или метод решения задачи бизнес-анализа
- 2) набор лучших практик (best practices) для совокупности задач отдельной области знаний
- 3) CASE-средства и архитектурные фреймворки
- 4) инструмент в виде программного продукта для решения конкретной задачи, например, моделирования бизнес-процессов

9. Требование – это

- 1) элемент технического задания на изменение
- 2) документированное представление бизнес-потребности
- 3) пригодное для практического использования представление решения
- 4) способ удовлетворения потребности

10. Решение в ВАВОК®Guide v3 – это

- 1) способ удовлетворения потребности в определенном контексте
- 2) совокупность информационных, программных, технических и организационных мероприятий по устранению бизнес-проблемы
- 3) информационная система для устранения бизнес-проблем
- 4) программный продукт для оптимизации ключевых показателей бизнеса

11. Лицо, связанное с изменением, потребностью или решением, в терминологии ВАВОК называется

- 1) стейкхолдер (заинтересованная сторона)
- 2) Заказчик
- 3) участник процессов бизнес-анализа
- 4) спонсор проекта

## Тема 5. Основные компетенции бизнес-аналитика и перспективы применения бизнес-анализа в ВАВОК

### *План семинара*

1. Базовые компетенции бизнес-аналитика
2. Перспективы бизнес-анализа в ВАВОК. Agile – расширение в ВАВОК

### *Темы докладов*

1. Базовые компетенции бизнес-аналитика
2. Основные задачи системы управления компетенциями
3. Аналитическое мышление и решение проблем
4. Компетенция и «знания-умения-навыки»
5. Стандартные процессы, опыт, навыки и требования к результатам, которые необходимы бизнес-аналитику для компетентного исполнения своих задач

### *Тест*

1. Модель базовых понятий бизнес-анализа (ВАССМ™) в ВАВОК®Guide v3 включает следующие ключевые термины:

- 1) Потребность, Стейкхолдер, Ценность, Контекст, Решение, Изменение
- 2) Требование, Польза, Потребитель, Результат
- 3) Процесс, Продукт, Потребитель, Потребность, Проблема, Польза
- 4) Заказчик, Пользователь, Продукт, Требование, Стратегия

2. Ракурсы или перспективы в ВАВОК описывают

- 1) различные точки зрения на контекст прикладных задач бизнес-анализа в рамках конкретной инициативы
- 2) стратегическую инициативу проекта оптимизации бизнеса
- 3) подход к бизнес-анализу
- 4) методологию выполнения проекта по бизнес-анализу

3. Потребность – это

- 1) документированное представление бизнес-требования
- 2) аргументированное желание Заказчика
- 3) проблема или анализируемая возможность
- 4) основание для изменений бизнеса

4. ВАВОК®Guide – это

- 1) свод знаний по бизнес-анализу, который описывает области знаний, задачи, базовые компетенции аналитика, методы, техники, перспективы и набор общепринятых практик
- 2) архитектурный фреймворк
- 3) профессиональный стандарт обучения бизнес-аналитика
- 4) пошаговое руководство по бизнес-анализу для начинающих аналитиков

5. Базовые компетенции бизнес-аналитика в ВАВОК описывают

- 1) уникальные профессиональные качества для решения задач бизнес-анализа
- 2) поведение, характеристики, знания и личностные качества аналитика
- 3) совокупность soft и hard skills, обязательных для практической работы
- 4) набор знаний, умений, навыков и опыта для отбора претендентов на должность бизнес-аналитика

6. Бизнес-анализ — это:

- 1) способ выбора наиболее выгодных направлений бизнеса;
- 2) система информационно-аналитической поддержки управления бизнесом;
- 3) методология определения проблем, стоящих перед бизнесом, и обоснования их решений;
- 4) способ оценки направлений деятельности

7. Теоретической основой бизнес-анализа является:

- 1) позитивная концепция бизнеса;
- 2) прагматическая концепция бизнеса;
- 3) критическая концепция бизнеса.
- 4) изотерическая концепция

8. Стейкхолдеры компании — это:

- 1) организаторы общего бизнеса;
- 2) акционеры этой компании;
- 3) любые заинтересованные лица, которые могут влиять на компанию и от которых эта компания зависит.
- 4) кредиторы компании

9. Степень влияния стейкхолдера на компанию зависит от:

- 1) организационно-правового статуса стейкхолдера;
- 2) степени интереса и уровня власти стейкхолдера;
- 3) финансовых возможностей стейкхолдера.
- 4) внутренних целей компании

10. Бизнес-процесс — это:

- 1) совокупность взаимосвязанных мероприятий или задач, направленных на создание определенного продукта или услуги для потребителей;
- 2) хозяйственный процесс, завершающийся получением финансового результата;
- 3) производственный или коммерческий процесс, являющийся объектом самостоятельного управления.
- 4) процесс последовательных итераций

## Список рекомендованной литературы

1. Блэнд, Д. Тестирование бизнес-идей / Дэвид Блэнд, Алекс Остервальдер ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2020. - 354 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1222476>
2. Глебов, В. И. Практикум по математической статистике. Проверка гипотез с использованием Excel, MatCalc, R и Python : учебное пособие / В. И. Глебов, С. Я. Криволапов. — Москва : Прометей, 2019. — 86 с. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/94504.html>
3. Гоулман, Д. Управление бизнесом / Гоулман Д., Друкер П., Дэвенпорт Т. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 290 с. (Harvard Business Review 10 лучших статей) ISBN 978-5-9614-5860-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/7018001>. Маккинли, Уэс Python и анализ данных / Уэс Маккинли; перевод А. Слинкина. — 2-е изд. — Саратов : Профобразование, 2019. — 482 с. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/88752.html>
4. Кон, М. Agile. Оценка и планирование проектов: Практическое руководство / Кон М. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 418 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1003486>
5. Коттер, Д. Управление изменениями: Практическое руководство - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 226 с.: Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1003136>
6. Программные системы статистического анализа. Обнаружение закономерностей в данных с использованием системы R и языка Python : учебное пособие / В. М. Волкова, М. А. Семёнова, Е. С. Четвертакова, С. С. Вожов. — Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2017. — 74 с. - Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/91682.html>
7. Свод знаний по управлению бизнес-процессами. BPM СВОК 3.0: Учебное пособие / Под ред. Бelayчук А.А. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 480 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/558829>
8. Чиркова, Е. В. Как оценить бизнес по аналогии: Пособие по использованию сравнительных рыночных коэффициентов Учебное пособие / Чиркова Е.В., - 4-е изд., исправ. и доп. - М.: Альпина Паблишер, 2017. - 284 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1002519>.

## **ВВЕДЕНИЕ В ПРОФЕССИЮ**

*Методические указания*

*Составитель:*  
**Мороз Наталья Юрьевна**

В авторской редакции

Подписано в печать \_\_\_\_\_ 2021. Формат бумаги 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>8</sub>  
Усл. печ. л. – 2,0. Уч.-изд. л. – 1,6.

Кубанский государственный аграрный университет.  
350044, г. Краснодар, ул. Калинина, 13