

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине Б1.В.ДВ.14.2 Формирование баз данных клиентов туриндустрии

Общие сведения

1.	Кафедра	Кафедра искусств, сервиса и туризма
2.	Направление подготовки	43.03.02 Туризм, профиль: Технология и организация туроператорских и турагентских услуг
3.	Дисциплина (модуль)	Б1.В.ДВ.14.2 Формирование баз данных клиентов туриндустрии
4.	Тип заданий	Тесты, кейсы, доклады, диктант
5.	Количество этапов формирования компетенций (ДЕ, разделов, тем и т.д.)	6

Перечень компетенций

способность к продвижению и реализации туристского продукта с использованием информационных и коммуникативных технологий (ПК – 11).

Критерии и показатели оценивания компетенций

<p>Знания:</p> <ul style="list-style-type: none"> – принципы накопления и интерпретации информации о клиентах, продажах и результатах работы персонала; – типология баз данных.
<p>Умения:</p> <ul style="list-style-type: none"> – разрабатывать критерии сегментации клиентов на основе информации базы данных; – разрабатывать план продаж с учетом структуры базы данных
<p>Навыки:</p> <ul style="list-style-type: none"> – владения программными продуктами для создания баз данных; – владения навыками коммуникации для поддержки персонала, работающими с базами данных.

Этапы формирования компетенций

Цели и методы сегментации клиентов в работе турфирмы
Типология баз данных
Концепции и технологии хранения информации о клиентах фирмы
Проектирование базы данных конкретной фирмы
Интерпретация данных базы клиентов
Планирование работы на основе информации базы данных клиентов

Шкала оценивания в рамках балльно-рейтинговой системы

«2» - 60 баллов и менее «3» - 61-80 баллов «4» - 81-90 баллов «5» - 91-100 баллов

ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
----------------------------	-------	-------	-------	-------	--------

Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5
---------------------------------	---	---	---	---	---

БЛАНОЧНЫЙ ТЕСТ

Критерии и шкала оценки выполнения задания (до 5 баллов):

Процент правильных ответов	50-60	61-70	71-80	81-90	91-100
Количество баллов за результаты	1	2	3	4	5

ЗАДАНИЕ 3. Кейс Составить базу данных «Сегментация клиентов по признаку покупательского поведения»

Критерии оценки выполнения задания:

Способность систематизировать информацию по нескольким критериям.

Шкала оценивания

Представлена таблица, выполненная в EXCEL	1-2 балла
Представлены два и более поля для уточнения базы данных	1-2 балла
Представлена иерархия критериев оценки значимости клиентов для фирмы	1-2 балла
В рекомендациях представлена модель активной базы данных, на основании которой можно вести маркетинговую работу	1-4 балла
Всего	До 10 баллов

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Алгоритм анализа данных» (на примере ABC-анализа)

Критерии оценки выполнения задания:

способность применять знания для самостоятельного составления алгоритмов работы;
 способность анализировать ассортимент турфирмы с учетом текущего и потенциального спроса.

Шкала оценивания

Алгоритм выстроен логично	До 2 баллов
Представлены обоснованные критерии для формирования базы данных	До 4 баллов
Сделаны выводы и рекомендации по улучшению учета в фирме	До 4 баллов
Всего баллов	До 10 баллов

ЗАДАНИЕ 5. Доклады

Критерии оценки выполнения задания:

самостоятельное исследование (разработана программа, результаты, презентация)	10 баллов
актуальность источников доклада	1 балл
логика изложения	1 балл
оформление	1 балл
обоснованность выводов, потенциал дальнейшего исследования	2 балла
Всего баллов	До 15

ЗАДАНИЕ 6.

Презентация доклада (выступления), исследования

Критерии оценки выполнения задания:

Структура презентации	Максимальное количество баллов
------------------------------	---------------------------------------

Содержание	
Сформулирована цель, проблема работы	1
Информация изложена полно и четко	1
Использованы самостоятельно разработанные блок-схемы, диаграммы, мемокарты	3
Сделаны выводы, определена практическая значимость, перспективность исследования	2
Оформление презентации	
Единый стиль оформления	1
Текст легко читается, фон сочетается с текстом и графикой	1
Эффект презентации	
Презентация позволяет включить ее в образовательный контент	1
Максимальное количество баллов	10

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ОТВЕТА НА ЗАЧЕТЕ

(1 вопрос - 20 баллов; 2 вопрос - 20 баллов)

Ответ студента на зачете оценивается баллами, которые в совокупности с набранными в течение семестра позволяют выставить оценку «зачтено» (24 и более баллов) в соответствии со следующими критериями:

Студент

- владеет профессиональной терминологией, четко интерпретирует информацию;
- аргументированно проводит обоснование выводов по излагаемым вопросам;
- проявляет практические компетенции проектирования баз данных и интерпретацию сведений с учетом задач развития деятельности фирмы.

Типовые контрольные задания и методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

ЗАДАНИЕ 1. ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИКТАНТ

Цель – выявить сформированность компетенций для интерпретации понятий при формировании баз данных и сегментации клиентов (ПК-11).

АГРЕГАЦИЯ ДАННЫХ. Абстракция, позволяющая трактовать связь между элементами модели как новый элемент.

АНОМАЛИИ ОПЕРАЦИЙ НАД ДАННЫМИ. Ситуации, которые приводят к противоречивости данных, их непреднамеренной потере, невозможности ввода данных. Различают аномалии обновления, удаления, ввода данных.

АТТРИБУТ - поименованная характеристика поля данных.

Ключевой атрибут – показатель, идентифицирующий сущность.

Описательный атрибут – показатель, который описывает одну из характеристик объекта.

БАЗА ДАННЫХ (БД). Совокупность специальным образом организованных, логически связанных данных, предназначенных для обеспечения информационных потребностей организации.

БАЗА ДАННЫХ (БД) – это множество взаимосвязанных единиц данных, которые могут обрабатываться одной или несколькими прикладными системами.

Модели базы данных - иерархическая, сетевая и реляционная.

Процесс проектирования БД – формулировка и анализ требований, концептуальное (инфологическое) проектирование, проектирование реализации (дато-логическое проектирование), физическое проектирование.

БАЗОВАЯ ТАБЛИЦА. Таблица базы данных, содержащая реально хранимые на носителе данные.

БЕЗОПАСНОСТЬ ДАННЫХ. Свойство БД, которое характеризуется сведением к минимуму неправильного использования и повреждения данных пользователями.

БЛОКИРОВКА ЗАПИСЕЙ. Предотвращает доступ к записи другой транзакции, пока первая транзакция не выполнит своих действий.

ДАННЫЕ. Информация, фиксированная в определенной форме, пригодной для хранения, обработки и передачи.

ДЕКОМПОЗИЦИЯ СХЕМ ОТНОШЕНИЙ. Операция замены схемы отношения совокупностью ее подсхем, причем таких, что их объединение вновь приводит к исходной схеме.

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ БАЗЫ ДАННЫХ. Процесс проектирования, реализации и поддержания системы баз данных.

ЗАПРОС. Средство просмотра, анализа и изменения данных из одной или нескольких таблиц.

ИЗБЫТОЧНОСТЬ ДАННЫХ. Дублирование данных в базе данных.

ИЕРАРХИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ДАННЫХ. Модель данных, в которых связи между данными имеют вид древовидной иерархической структуры.

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА. Автоматизированная система, организующая данные в целях получения информации.

КЛЮЧ ПЕРВИЧНЫЙ. Первичный ключ - это набор атрибутов, однозначно определяющих каждую строку реляционной таблицы.

КОНТРОЛЬ ДОСТУПА. Комплекс средств и мероприятий, позволяющих избежать несанкционированный доступ к данным.

ОПЕРАЦИИ С ДАННЫМИ – простейшие операции с данными: добавить в таблицу одну или несколько записей, удалить из таблицы одну или несколько записей, обновить значения некоторых полей в одной или нескольких записях, найти одну или несколько записей, удовлетворяющих заданному условию. Для выполнения этих операций используется механизм запросов.

РЕЛЯЦИОННАЯ МОДЕЛЬ ДАННЫХ. Модель данных, представляющие данные в виде таблиц.

СЕТЕВАЯ МОДЕЛЬ ДАННЫХ. Модель поддерживающее такое отношение между данными, когда каждая запись может быть подчинена записям более чем из одного файла.

СТРУКТУРЫ ДАННЫХ. Представления данных, используемые на различных уровнях проектирования БД. Различают 4-е логические структуры: поле, запись, файл, набор файлов.

ЦЕЛОСТНОСТЬ ДАННЫХ. Состоит в обеспечении правильности данных и их сохранности в любой момент времени.

ЗАДАНИЕ 2. БЛАНЧНЫЙ ТЕСТ

Цель – выявить сформированность компетенций для интерпретации понятий при формировании баз данных и сегментации клиентов (ПК-11).

1. Какие важные задачи решаются путем автоматизации деятельности туристской фирмы.

- а. Мониторинг состояния рынка
- б. Автоматизация внутреннего документооборота.
- в. Автоматизация взаимоотношений с туроператором.
- г. Автоматизация бухгалтерии.

д. Автоматизация анализа данных и получение статистики.

2. Основные этапы использования сети интернет в турбизнесе

- а. Создание сайта со списком услуг
- б. Создание интерактивного сайта
- в. Создание сайта-магазина
- г. Подключение к бизнес-системам

3. Функциональные возможности CRM-систем

- а. управление контактами
- б. управление деятельностью
- в. управление связью
- г. прогнозирование
- д. управление заказами

4. Основные тенденции развития современных интернет-технологий.

- а. создание независимых сетей турагентств;
- б. предоставление турагентствам новых технологических сервисов
- в. укрупнение независимых турагентств и их автоматизация.
- г. разработка единого стандарта по обмену информацией между участниками туристического рынка.

5. Сегментация информации означает ее детализацию:

- а. по различным типам товаров и услуг;
- б. по различным географическим регионам, в которых работает компания (географическим сегментам);
- в. по формам представления в статистических организациях;

6. Сегментация отчетности предполагает представление информации:

- а. по информационным сегментам;
- б. по хозяйственным и географическим сегментам;
- в. по плановым и фактическим сегментам;

7. Первичный формат отчетности, как правило, зависит:

- а. от управленческой структуры компании;
- б. от тактических и стратегических целей компании;
- в. от решения акционеров;

8. Апостериорное сегментирование – это:

- а. сегментирование по выгодам
- б. сегментирование по виду деятельности
- в. сегментирование по принадлежности к социальной группе
- г. сегментирование по географическим признакам.

9. К критериям сегментации физических лиц не относят (укажите лишнее):

- а. национальность
- б. возраст клиентов
- в. регион обслуживания
- г. уровень доходов

10. К основным концепциям маркетинга относится:

- а. концепция ориентации на рынок
- б. концепция ценообразования
- в. концепция ориентации на посредников
- г. концепция рекламной деятельности

ЗАДАНИЕ 3. Кейс: Составить базу данных «Сегментация клиентов по признаку покупательского поведения»

Цель – выявить способность применять методы сегментации с применением информационных технологий (ПК-11)

Дано: В течение месяца в фирму обратились 30 клиентов: 28 из них пришли в фирму за консультацией, 16 человек – позвонили, 15 человек купили туры. При этом 7 человек предприняли все три действия, 6 человек проконсультировались и купили туры. 2 человека позвонили и купили туры. **Включите информацию** в базу данных, представьте дополнительные поля базы данных, сформулируйте 3-5 позиций для включения в план развития продаж фирмы.

ЗАДАНИЕ 4. (кейс) «Алгоритм анализа данных» (на примере ABC-анализа)

Дано: «Перед Вами стоит задача на основании общих сведений о работе турфирмы и данных по продажам за один год составить алгоритм формирования базы данных для последующего ABC-анализа.»

Полученные данные оформить в виде алгоритма и итоговой таблицы.

ЗАДАНИЕ 5. Примерные темы докладов (дополнительные задания):

1. Принципы формирования баз данных клиентов в современном бизнесе.
2. Ошибки работы с базами данных клиентов в турфирме.
3. Экономическая и технологическая оценка предложений рынка по автоматизации работы с клиентами.
4. Подготовка сотрудников для работы с базой данных фирмы.
5. Оценка результатов применения базы данных в текущей работе турфирмы.
6. Нулевая стадия формирования базы данных в CRM.
7. Роль базы данных для работы с «потерянными клиентами».
8. Базы данных и политика создания ценностей для клиентов.
9. Кластерный анализ клиентов фирмы.
10. Визуализация базы данных для менеджеров турфирмы.

ЗАДАНИЕ 6.

Презентация доклада (выступления), исследования

Тематика презентаций выбирается в соответствии с индивидуальными заданиями, темами самостоятельной работы, темами научных конференций.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

1. Маркетинговые исследования и сегментация клиентов в системе работы турфирмы.
2. Управление информационными потоками туристской индустрии.
3. Источники информации для исследований в туризме.
4. Принципы и методы анализа информации в туризме.
5. Сегментация клиентской базы: общий подход.
6. Поведение потребителей: признаки классификации.

7. Выбор классифицирующего признака для сегментации.
8. Проблемы управления информацией в маркетинговых исследованиях
9. Классификационные показатели сегментации клиентов.
10. Базы данных – ресурс развития фирмы, классификация баз данных.
11. Бухгалтерские базы данных: структура, назначение.
12. Базы данных клиентов: принципы формирования, возможности использования.
13. Система обработки информации для формирования баз данных.
14. Концептуальное проектирование базы данных (структура и назначение).
15. Определение типов сущностей и типов связей базы данных.
16. Определение атрибутов и связывание их с типами сущностей и связей
17. Определение атрибутов, являющихся потенциальными и первичными ключами
18. Логическое проектирование базы данных (для реляционной модели)
19. Ошибки проектирования баз данных
20. Технологии публикации баз данных. Работа WEB-серверов с изменяющейся информацией