

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Тульский филиал Финуниверситета

Кафедра «Математика и информатика»

СОГЛАСОВАНО

ЗАО «ЛИМ»

Генеральный директор

 **В.В. Куликов**

«19» декабря 2024 г.



УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

 **Г.В. Кузнецов**

«24» декабря 2024 г.



Р.А. Жуков

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ СИСТЕМЫ

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
09.03.02 Информационные системы и технологии,
образовательная программа «Информационные технологии в экономике»,
профиль «Информационные технологии в управлении цифровой
экономикой»

Рекомендовано Ученым советом Тульского филиала
(протокол от 24 декабря 2024 г. № 22)

Одобрено кафедрой «Математика и информатика»
(протокол от 02 декабря 2024 г. № 5)

Тула 2024

«Клиентоориентированные информационные системы»

КОД И НАИМЕНОВАНИЕ ОПОП:

09.03.02 Информационные системы и технологии

Образовательная программа - Информационные технологии в экономике

Профиль «Информационные технологии в управлении цифровой экономикой»

Общее количество заданий по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Количество заданий
ПКП-1	Способен описывать, анализировать и проектировать компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним	20
ПКП-4	Способен осуществлять аудит конфигураций ИС в рамках выполнения работ и управления работами по созданию (модификации) и сопровождению программных систем	20
Всего:		40

Количество заданий по дисциплине в одном варианте

Код компетенции	Наименование компетенции	Количество заданий
ПКП-1	Способен описывать, анализировать и проектировать компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним	10
ПКП-4	Способен осуществлять аудит конфигураций ИС в рамках выполнения работ и управления работами по созданию (модификации) и сопровождению программных систем	10
Всего:		20

Типы заданий

Наименование типа заданий	Номер типа заданий
Задание комбинированного типа с выбором одного верного ответа из предложенных	1
Задание с открытым ответом	2
Задание открытого типа с развернутым ответом	3

Распределение заданий по компетенциям

Код компетенции	Наименование компетенции	Наименование индикаторов сформированности компетенции	Семестр	Номер задания
ПКП-1	Способен описывать, анализировать и проектировать компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним	1. Описывает и анализирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы.	6	1.1, 1.2, 2.1, 2.2, 3.1, 3.2, 4.1, 4.2, 5.1, 5.2
		2. Проектирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним.	6	6.1, 6.2, 7.1, 7.2, 8.1, 8.2, 9.1, 9.2, 10.1, 10.2
ПКП-4	Способен осуществлять аудит конфигураций ИС в рамках выполнения работ и управления работами по созданию (модификации)	1. Организовывает проведение аудита конфигурации информационной системы, включая разработку программы аудита.	6	11.1, 11.2, 12.1, 12.2, 13.1, 13.2, 14.1, 14.2, 15.1, 15.2

	и сопровождению программных систем	2. Оценивает конфигурацию информационной системы при создании (модификации) и сопровождению программных систем с целью их улучшения.	6	16.1, 16.2, 17.1, 17.2, 18.1, 18.2, 19.1, 19.2, 20.1, 20.2
--	------------------------------------	--	---	--

Типы, уровень сложности и время выполнения заданий

Код компетенции	Индикатор сформированности компетенции	Номер задания	Тип задания	Уровень сложности задания	Время выполнения задания (мин.)
ПКП-1	Описывает и анализирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы.	1.1, 1.2.	1	базовый	2
	Описывает и анализирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы.	2.1, 2.2	1	базовый	2
	Описывает и анализирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы.	3.1, 3.2	1	базовый	2
	Описывает и анализирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы.	4.1, 4.2	1	базовый	2
	Описывает и анализирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы.	5.1, 5.2	1	базовый	2
	Проектирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним.	6.1, 6.2.	2	повышенный	4
	Проектирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним.	7.1, 7.2	2	повышенный	4
	Проектирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним.	8.1, 8.2	2	повышенный	4
	Проектирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных, программные интерфейсы с учетом требований к ним.	9.1, 9.2	3	высокий	8
	Проектирует компьютерное программное обеспечение, структуру данных, базы данных,	10.1, 10.2	3	высокий	8

	программные интерфейсы с учетом требований к ним.				
ПКП-4	Организовывает проведение аудита конфигурации информационной системы, включая разработку программы аудита.	11.1, 11.2.	1	базовый	2
	Организовывает проведение аудита конфигурации информационной системы, включая разработку программы аудита.	12.1, 12.2	1	базовый	2
	Организовывает проведение аудита конфигурации информационной системы, включая разработку программы аудита.	13.1, 13.2	1	базовый	2
	Организовывает проведение аудита конфигурации информационной системы, включая разработку программы аудита.	14.1, 14.2	1	базовый	2
	Организовывает проведение аудита конфигурации информационной системы, включая разработку программы аудита.	15.1, 15.2	1	базовый	2
	Оценивает конфигурацию информационной системы при создании (модификации) и сопровождению программных систем с целью их улучшения.	16.1, 16.2.	2	повышенный	4
	Оценивает конфигурацию информационной системы при создании (модификации) и сопровождению программных систем с целью их улучшения.	17.1, 17.2	2	повышенный	4
	Оценивает конфигурацию информационной системы при создании (модификации) и сопровождению программных систем с целью их улучшения.	18.1, 18.2	3	высокий	8
	Оценивает конфигурацию информационной системы при создании (модификации) и сопровождению программных систем с целью их улучшения.	19.1, 19.2	3	высокий	8
	Оценивает конфигурацию информационной системы при создании (модификации) и сопровождению программных систем с целью их улучшения.	20.1, 20.2	3	высокий	8

**Задания, позволяющие осуществлять оценку компетенций,
установленных для дисциплины**

Вариант 1

Задание 1.1.

Что такое CRM-система?

А) Система управления проектами

- Б) Система для управления взаимоотношениями с клиентами
- В) Система бухгалтерского учета
- Г) Система контроля доступа

Ответ:

Задание 2.1.

Какие данные обычно хранятся в CRM-системе?

- А) Финансовые отчеты
- Б) Данные о клиентах и их взаимодействиях
- В) Производственные планы
- Г) Документы по кадровому учету

Ответ:

Задание 3.1.

Какой модуль CRM-систем отвечает за автоматизацию маркетинговых кампаний?

- А) Модуль аналитики
- Б) Модуль автоматизации маркетинга
- В) Модуль управления контактами
- Г) Модуль планирования задач

Ответ:

Задание 4.1.

В чем заключается основное преимущество использования CRM-систем?

- А) Снижение затрат на рекламу
- Б) Увеличение прибыли за счет повышения лояльности клиентов
- В) Уменьшение количества сотрудников
- Г) Улучшение взаимодействия между отделами

Ответ:

Задание 5.1.

Что такое сегментация клиентов в CRM-системах?

- А) Разделение клиентов по географическому признаку
- Б) Разбиение клиентской базы на группы по определенным критериям
- В) Процесс привлечения новых клиентов
- Г) Анализ эффективности рекламных кампаний

Ответ:

Задание 6.1.

Сформулируйте CRM-стратегию компании в обобщенном виде.

Ответ:

Задание 7.1.

Перечислите функции поддержки бизнес-целей CRM-системы.

Ответ:

Задание 8.1.

Как называется единое хранилище информации, куда собираются сведения о взаимодействии с клиентами?

Ответ:

Задание 9.1.

Охарактеризуйте аналитический тип CRM-системы.

Ответ:

Задание 10.1.

Какие факторы влияют на повышение скорости выполнения принятия решений при использовании CRM системы?

Ответ:

Задание 11.1.

Что включает в себя концепция омниканального сервиса?

- А) Использование одного канала связи с клиентами
- Б) Интеграция различных каналов коммуникации для обеспечения единого опыта
- В) Ограничение общения с клиентами до одного раза в месяц
- Г) Персонализация предложений только через социальные сети

Задание 12.1.

Что является ключевым элементом успешной реализации CRM-стратегии?

- А) Регулярная покупка новой техники
- Б) Наличие большого штата сотрудников
- В) Поддержка руководства и вовлеченность всего персонала
- Г) Постоянный анализ конкурентов

Задание 13.1.

Что представляет собой KPI в контексте CRM?

- А) Ключевой показатель производительности
- Б) Ключевое персональное улучшение
- В) Краткосрочный план развития
- Г) Контрольный показатель инвестиций

Задание 14.1.

Что такое воронка продаж в CRM-системах?

- А) График выполнения плана продаж
- Б) Этапы прохождения потенциального клиента от первого контакта до заключения сделки
- В) Список потенциальных клиентов
- Г) Отчет о выполненных задачах

Задание 15.1.

Что понимается под "жизненным циклом клиента" в CRM-контексте?

- А) Возраст клиента
- Б) Период времени, в течение которого клиент пользуется услугами компании
- В) Количество покупок, сделанных клиентом
- Г) Время, необходимое для обработки заявки клиента

Задание 16.1.

CRM – системы предназначены для оптимизации ... деятельности.

Ответ:

Задание 17.1.

Человек или компания, перепродающая товар либо услугу под своей торговой маркой, брендом – это ...

Ответ:

Задание 18.1.

Перечислите основные группы задач, которые решает CRM-система.

Ответ:

Задание 19.1.

В чем заключаются преимущества CRM-системы в отношении эффективности использования рабочего времени?

Ответ:

Задание 20.1.

Приведите не менее трех аргументов, почему CRM-системы необходимы региональным производителям.

Ответ:

Вариант 2

Задание 1.2.

Какая функция CRM-системы позволяет отслеживать историю взаимодействий с клиентом?

- А) Аналитика продаж
- Б) Управление задачами
- В) История контактов
- Г) Автоматизация маркетинга

Задание 2.2.

Какую роль играет аналитическая составляющая в CRM?

- А) Помогает планировать рекламные кампании
- Б) Анализирует эффективность работы сотрудников
- В) Оценивает лояльность клиентов и выявляет тенденции
- Г) Управляет складскими запасами

Задание 3.2.

Что означает термин "клиентоцентричность"?

- А) Ориентация компании исключительно на прибыль
- Б) Ориентация всех процессов компании на потребности и интересы клиентов
- В) Повышение уровня конкуренции среди сотрудников
- Г) Оптимизация внутренних бизнес-процессов

Задание 4.2.

Каким образом CRM-системы помогают в управлении продажами?

- А) Позволяют автоматизировать процесс создания счетов-фактур
- Б) Предоставляют инструменты для анализа поведения клиентов
- В) Обеспечивают контроль над выполнением планов продаж
- Г) Все вышеперечисленное

Задание 5.2.

Как CRM-система может способствовать повышению удовлетворенности клиентов?

- А) Путем предоставления скидок всем клиентам
- Б) За счет персонализированного подхода к каждому клиенту
- В) Через автоматическое уведомление клиентов о новых продуктах
- Г) Благодаря улучшению качества обслуживания

Задание 6.2.

Сформулируйте философии бизнеса на основе CRM-модели взаимодействия.

Ответ:

Задание 7.2.

Какая часть CRM-системы обеспечивает обслуживание клиентов на точках продаж с автономной, распределенной или централизованной обработкой информации?

Ответ:

Задание 8.2.

Как называется тип CRM-системы, которая предназначена для регистрации и оперативного доступа к первичной информации по событиям, компаниям, проектам, контактам?

Ответ:

Задание 9.2.

Перечислите не менее пяти каналов взаимодействия с клиентами.

Ответ:

Задание 10.2.

Перечислите не менее пяти функциональностей CRM-системы.

Ответ:

Задание 11.2.

Какую функцию выполняет модуль отчетности в CRM?

- А) Создание отчетов о работе сотрудников
- Б) Генерация финансовых документов
- В) Формирование отчетов по результатам маркетинговых кампаний
- Г) Сбор данных о клиентах

Задание 12.2.

Как называется процесс интеграции CRM-системой с другими системами предприятия?

- А) Импорт данных
- Б) Экспорт данных
- В) Интерактивное взаимодействие
- Г) Синхронизация

Задание 13.2.

Какая информация хранится в профиле клиента в CRM-системе?

- А) Только контактные данные
- Б) Полная история взаимодействий, включая покупки, обращения в службу поддержки и предпочтения
- В) Только информация о покупках
- Г) Только отзывы клиента

Задание 14.2.

Как CRM-система помогает в управлении временем?

- А) Планированием встреч и напоминаний
- Б) Отправкой автоматических уведомлений клиентам
- В) Анализом загруженности сотрудников
- Г) Прогнозированием будущих заказов

Задание 15.2.

Каковы основные преимущества облачных CRM-систем перед локальными?

- А) Меньшая стоимость внедрения
- Б) Возможность удаленного доступа
- В) Более высокая безопасность данных
- Г) Отсутствие необходимости в техническом обслуживании

Задание 16.2.

Как называется интеграция различных каналов коммуникации для обеспечения единого опыта?

Ответ:

Задание 17.2.

Как в совокупности называются этапы прохождения потенциального клиента от первого контакта до заключения сделки?

Ответ:

Задание 18.2.

Перечислите не менее трех преимуществ применения CRM-системы.

Ответ:

Задание 19.2.

Какие возможности появляются для отслеживания поведения клиентов при внедрении CRM-системы?

Ответ:

Задание 20.2.

Приведите примеры процессов поддержки продаж в CRM-системах?

Ответ:

Ключи к оцениванию заданий

Вариант 1

№ задания	Верный ответ	Критерии оценивания
1.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
2.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
3.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
4.1	Г	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
5.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
6.1	В общем виде CRM-стратегия - это представление компании о том, как работать с клиентами.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
7.1	Поддержка бизнес-целей включает сбор, хранение и анализ информации о потребителях, поставщиках, партнёрах, а также о внутренних процессах компании.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
8.1	Клиентская база	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
9.1	Аналитический CRM — отчётность и анализ информации в различных разрезах (воронка продаж, анализ результатов маркетинговых мероприятий, анализ эффективности продаж в разрезе продуктов, сегментов клиентов, регионов и другие возможные варианты).	3 балла – полное совпадение с верным ответом по смыслу 1 балл – правильный, но не полный ответ 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
10.1	За счет объединения разрозненных данных о клиентах ускоряется процесс обработки и анализа данных. В результате, ответственные за взаимодействие с клиентами могут видеть всю историю контактов, более оперативно отвечать на запросы и принимать по ним решения.	3 балла – полное совпадение с верным ответом по смыслу 1 балл – правильный, но не полный ответ 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
11.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
12.1	В	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
13.1	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
14.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
15.1	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие

16.1	маркетинговой и коммерческой деятельности	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
17.1	Реселлер	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
18.1	Основные группы задач, которые решает CRM-система: управление продажами, управление маркетингом, управление взаимодействиями, управление обслуживанием, анализ и отчетность и интеграция.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
19.1	CRM системы позволяют автоматически отслеживать важные события, связанные с клиентами, и выдавать уведомления. Персоналу нет необходимости искать эту информацию в разрозненных источниках.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
20.1	CRM необходимы региональным производителям, которые распространяют свою продукцию через сети торговых точек и мелкооптовых баз. Количество покупателей-оптовиков сильно ограничено, и то, чьей продукции окажут предпочтение, часто зависит от личного отношения клиента к производителю.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие

Вариант 2

№ задания	Верный ответ	Критерии оценивания
1.2	В	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
2.2	В	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
3.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
4.2	Д	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
5.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
6.2	CRM-модель взаимодействия основана на теории, что центром всей философии бизнеса является клиент, а главными направлениями деятельности компании являются меры по обеспечению эффективного маркетинга, продаж и обслуживания клиентов.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
7.2	Фронтальная часть.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
8.2	Операционная CRM-система.	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
9.2	Каналы взаимодействия с клиентами: обслуживание на точках продаж, телефонные звонки, электронная почта, мероприятия, встречи, регистрационные формы на веб-сайтах, рекламные ссылки, чаты, социальные сети.	3 балла – полное совпадение с верным ответом по смыслу 1 балл – правильный, но не полный ответ 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
10.2	Возможные варианты ответа: Функциональность для продаж по телефону Управление временем Функциональность поддержки и обслуживания клиентов Функциональность маркетинга Функциональность для высшего руководства Функциональность интеграции с ERP Функциональность синхронизации данных Функциональность электронной торговли Функциональность для мобильных продаж	3 балла – полное совпадение с верным ответом по смыслу 1 балл – правильный, но не полный ответ 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
11.2	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
12.2	Г	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
13.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
14.2	А	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие

15.2	Б	1 балл – полное совпадение с верным ответом 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
16.2	Оmnikanальный маркетинг	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
17.2	Воронка продаж	2 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
18.2	Преимущества применения CRM-системы: повышение скорости принятия решений повышение эффективности использования рабочего времени защита и сохранность данных сокращение оттока клиентов	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
19.2	CRM-система позволяет отслеживать в расширенной воронке продаж такие опциональные этапы как: качественные посетители (выполняющие некоторые действия), добавление товара в корзину, посещение корзины, скачивание прайслиста и другие заданные события, видеть поведение каждого клиента, его внутренние и внешние поисковые запросы, просмотренные товары, точки и источники входа на сайт, время, проведенное на сайте и количество просмотренных страниц.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие
20.2	Примеры процессов поддержки продаж в CRM-системах: Учет, управление, анализ продаж. Управление информацией о контактах и контрагентах. Управление потенциальными сделками (функции расчета вероятности совершения сделки). Контроль функций менеджеров по продажам.	3 балла – полное совпадение с верным ответом 1 балл – правильный ответ, без обоснования 0 баллов – неверный ответ или его отсутствие