

Общие критерии оценки

1. Соответствие сути вопроса и ответа
2. Полнота и четкость ответа
3. Корректность используемой терминологии
4. Разборчивость написания и простота поиска преподавателем текста ответа

Общие критерии могут использоваться для изменения суммарной оценки, полученной на основании частных критериев.

Частные критерии оценки

Вопрос 1.

Оценка

Максимально – 15 баллов

Правила оценки ответа 1

0 – нет ответа;

1 -4 – предложена попытка сформулировать ответ;

5 - в ответе содержится пункт, который в общих чертах можно соотнести с требованием законодательства об установлении режима коммерческой тайны;

6-10 в ответе содержатся пункты, которые в общих чертах можно соотнести с требованием законодательства об установлении режима коммерческой тайны;

15 - абсолютно правильный ответ.

Вопрос 2.1

Правильными ответами на тестовую задачу 2.1 является вариант ответа 5) и только он.

Никакие другие варианты ответов или их комбинации не являются правильными.

Оценка

Максимально – 5 баллов

Вопрос 2.2.

Правильным ответом на тестовую задачу 2.2 является вариант ответа 4) и только он.

Оценка

Максимально – 5 баллов

Вопрос 3.1

Решение:

Нужно учесть, что в феврале 2016 года 29 дней, из них праздничный день только й – 23 февраля. Понедельник 22 февраля перенесено на субботу 20 февраля, а суббота – соответственно на понедельник. Только такой ход рассуждений является правильным.

Оценка

Максимально – 10 баллов

Правила оценки ответа

0-3 – ответ неправильный

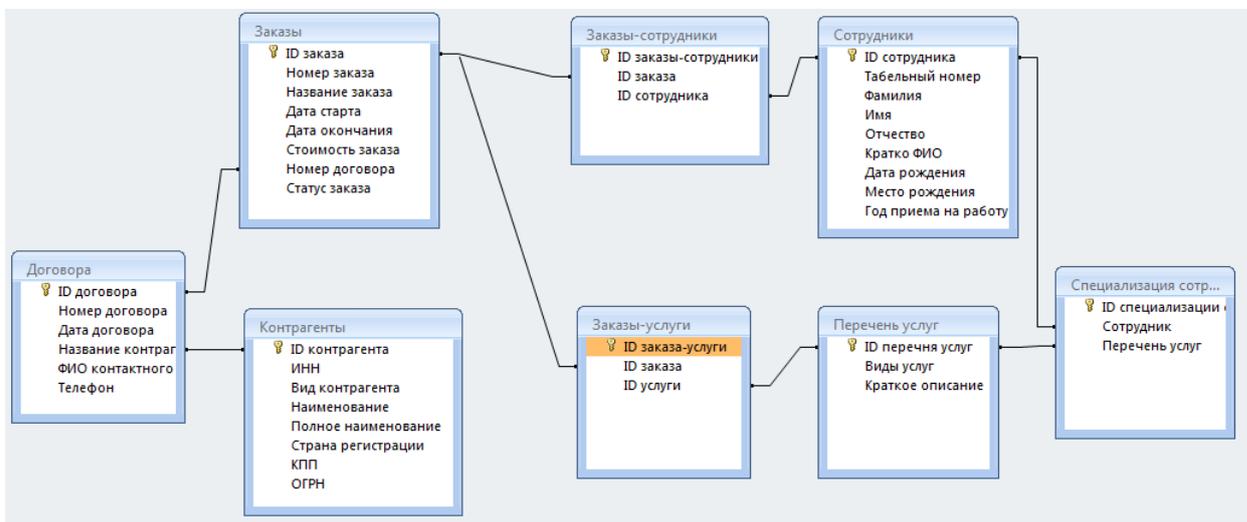
5-8 – ответ представлен не полностью

10 – ответ правильный и подкреплен расчетами

Вопрос 3.2.

Решение:

1. Схема базы данных (Используется схема данных в MS Access 2007)



2. Описание таблиц:

«Заказы»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID заказа	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
Номер заказа	Текстовый (10)	Может содержать буквенно-цифровые

		символы
Название заказа	Текстовый (250)	
Дата старта	Дата/время	Краткий формат даты. Значение по умолчанию = Date()
Дата окончания	Дата/время	Краткий формат даты
Стоимость заказа	Денежный	
Номер договора	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Договора»
Статус заказа	Логический	

«Договора»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID договора	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
Номер договора	Числовой, длинное целое	
Дата договора	Дата/время	Краткий формат даты
Название контрагента	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Контрагенты»
ФИО контактного лица	Текстовый (50)	
Телефон	Текстовый (25)	

«Контрагенты»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID контрагента	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
ИНН	Текстовый (25)	
Вид контрагента	Текстовый (15)	
Наименование	Текстовый (150)	
Полное наименование	Текстовый (250)	
Страна регистрации	Текстовый (30)	
КПП	Текстовый (25)	
ОГРН	Текстовый (25)	

«Перечень услуг»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID перечня услуг	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
Виды услуг	Текстовый (50)	Содержит перечень услуг и перечень маркетинговых исследований
Краткое описание	Текстовый (150)	

«Заказы-услуги»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID заказа-услуги	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не

	целое	допускаются
ID заказа	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Заказы»
ID услуги	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Перечень услуг»

«Заказы-сотрудники»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID заказы-сотрудники	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
ID заказа	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Заказы»
ID сотрудника	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Сотрудники»

«Сотрудники»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID сотрудника	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
Табельный номер	Числовой, длинное целое	
Фамилия	Текстовый (25)	
Имя	Текстовый (25)	
Отчество	Текстовый (25)	
Кратко ФИО	Текстовый (25)	
Дата рождения	Дата/время	Краткий формат даты
Место рождения	Текстовый (20)	
Год приема на работу	Дата/время	Краткий формат даты

«Специализация сотрудников»

Имя поля	Тип данных	Описание
ID специализации сотрудника	Счетчик, длинное целое	Ключевое поле. Совпадения не допускаются
Сотрудник	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Сотрудники»
Перечень услуг	Числовой, длинное целое	Ключевое поле. Связь с таблицей «Перечень услуг». Специализация сотрудников определяется списком услуг из таблицы «Перечень услуг», которые они могут выполнять.

3. Запрос

A) SELECT Month([Дата старта]) AS Месяц, Count(Заказы.[Дата старта]) AS [Количество заказов]
FROM Заказы

```
GROUP BY Month([Дата старта]), Year([Дата старта])
```

```
HAVING Year([Дата старта])=Year(Date())
```

```
ORDER BY Month([Дата старта]);
```

В) Подзапрос AVGDogovor для поиска средней стоимости заказов по договорам за прошлый месяц.

```
SELECT Avg([AliasSumDog].[Стоимость Договора]) AS [Avg-Sum-Стоимость]
```

```
FROM (SELECT Sum(Заказы.[Стоимость заказа]) AS [Стоимость Договора], Договора.[Номер договора]  
FROM Договора INNER JOIN Заказы ON Договора.[ID договора]=Заказы.[Номер договора] GROUP BY  
Договора.[Номер договора], Month([Дата старта]), Year([Дата старта]) HAVING (((Month([Дата  
старта]))=IIf((Month(Date())-1)=0, 12, Month(Date())-1)) AND ((Year([Дата старта]))=IIf((Month(Date())-1)=0,  
Year(Date())-1, Year(Date()))))) AS AliasSumDog;
```

Итоговый запрос со списком договоров:

```
SELECT Договора.[Номер договора]
```

```
FROM Договора INNER JOIN Заказы ON Договора.[ID договора] = Заказы.[Номер договора]
```

```
GROUP BY Договора.[Номер договора], Month([Дата старта]), Year([Дата старта])
```

```
HAVING (((Sum(Заказы.[Стоимость заказа]))>(SELECT AVGDogovor.[Avg-Sum-Стоимость] FROM  
AVGDogovor)) AND ((Month([Дата старта]))=IIf((Month(Date())-1)=0, 12, Month(Date())-1)) AND ((Year([Дата  
старта]))=IIf((Month(Date())-1)=0, Year(Date())-1, Year(Date()))));
```

Правила оценки ответа

1. Схема базы данных составлена корректно в соответствии с заданием, удовлетворяет третьей нормальной форме, указаны типы и направления связи (0-4 баллов).
2. Описание таблиц является корректным и полным (0-4 баллов).
3. Запросы написаны корректно и позволяют получить информацию в соответствии с заданием (0-12 баллов). Максимальное количество баллов за один запрос может быть 6.

Вопрос 4.

Решение:

Мобильная коммерция (m-commerce) — результат конвергенции технологий мобильной связи, сетей Интернет и финансовых услуг. В более широком смысле под мобильной коммерцией подразумевается коммерческая деятельность с использованием мобильных электронных устройств: сотовых телефонов, карманных компьютеров и т.п. В то же время одним из направлений развития мобильной коммерции являются мобильные платежи – торговые транзакции, оплата которых была совершена со счета сотового оператора либо со счета банка, привязанного к мобильному телефону.

В мировой практике наиболее обобщенной моделью мобильной коммерции является эталонная модель разработанная Open Mobile Alliance (OMA). Данная модель включает в себя четыре субъекта: покупатель, продавец, эмитент, эквайер.

В данной модели покупатель — пользователь мобильных денег; продавец — субъект, продающий товары или услуги; эмитент — субъект, эмитирующий электронные деньги; эквайер — расчетный субъект, обеспечивающий перечисление денежных средств продавцу.

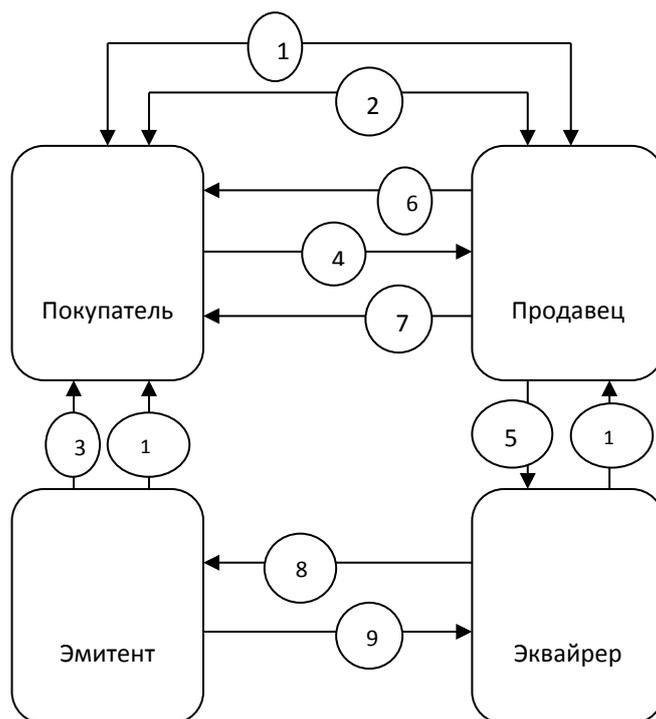


Рис. 1 Схема взаимодействия участников мобильной платежной системы

Обобщенное описание информации, которая передается между взаимодействующими сторонами:

(1) Покупатель и продавец взаимодействуют, чтобы покупатель мог выбрать товар, узнать его особенности, способы оплаты и доставки. (2) После завершения сделки продавец должен передать товар покупателю. (При покупке электронного товара передача может производиться по цифровым каналам связи).

(3) Для разрешения произвести платеж эмитент должен предоставить покупателю полномочия на оплату.

После выбора товара покупатель передает продавцу полномочия на транзакцию (4). Это означает сообщение эмитенту от покупателя, что он согласен с условиями сделки и хочет оплатить товар конкретному продавцу. (Форма полномочий на транзакцию, требуемая степень аутентификации покупателя различны для разных платежных систем).

В свою очередь, продавец передает эквайеру полномочия на транзакцию (5), что означает требования по выплате денежных средств за проданный товар.

Продавец обеспечивает запись транзакции (6) и предоставляет покупателю подробную информацию о транзакции и ее статусе (7).

На основании полученного от продавца требования полномочия на транзакцию (5) эквайрер проводит передачу полномочий на транзакцию эмитенту (8), т.е. передачу требований о зачислении денежных средств.

На основе полномочий на транзакцию (8) эмитент переводит «денежные средства (9)» эквайреру, который возвращает «денежные средства (10)» продавцу. Эмитент, в свою очередь, предъявляет счет покупателю (11).

Правила оценки ответа

1. В ответе раскрыто понятие мобильной коммерции (0-4 баллов).
2. В ответе перечислены все субъекты мобильной коммерции и дано их описание (0-5 баллов).
3. В ответе приведены схема и описание взаимодействия участников мобильной платежной системы (0-6 баллов).

При оценке ответа учитываются следующие критерии

1. Полнота и правильность ответа
2. Ясность изложения
3. Корректность терминологии

Проверяющий выставляет взвешенную оценку, основанную на вышеуказанных правилах.

Вопрос 5.1

Оценка

Максимально – 20 баллов

Правила оценки ответа

Задача состояла из трех частей :

- 1 часть. Максимальный балл - 8. В первой части два вопроса (оценка каждого – 4 балла). В каждой из двух частей был вопрос по оценке эффективности работы операторов, соответственно, минус балл если оценки не было, а только вывод эффективно или нет.
- 2 часть. Максимальный балл - 8 .
- 3 часть. Максимальный балл - 4 .

Основной принцип формирования оценки - это суммирование баллов за решенные части задачи. Снижение балла - за неполный ответ в каждой части.

Вопрос 5.2

Решение:

Точность поиска (или коэффициент точности поиска) определяется путем деления количества выданных в результате выполнения поиска релевантных документов на общее число выданных документов (релевантных и не релевантных).

Соответственно для информационно-поисковых систем А и В находим:

Информационно-поисковые системы	А	В
Кол-во выданных в результате поиска релевантных документов	240	238

Коэффициент потерь определяется путем деления количества не выданных в результате выполнения поиска релевантных документов на общее число релевантных документов, имеющих в информационно-поисковой системе.

В соответствии с этим находим, число релевантных запросу документов не выданных в информационно-поисковой системе $A = 720$.

Полнота поиска (или коэффициент полноты поиска) определяется путем деления количества выданных в результате выполнения поиска релевантных документов на общее число релевантных документов, имеющих в информационно-поисковой системе.

В соответствии с этим находим, число релевантных запросу документов не выданных в информационно-поисковой системе $B = 952$.

Информационно-поисковая система «В» не выдала на 232 релевантных запросу документа больше, чем «А».

Правила оценки ответа

0 – ответ неправильный

10 – ответ правильный (определено число релевантных запросу документов не выданных в поисковых системах А и В и выполнено сравнение)