Практическое занятие 2

Тема Описание пользователей и заинтересованных лиц

1 Цель работы: выполнять анализ заинтересованных лиц и пользователей информационной системы в соответствии с техническим заданием

2 Ход работы.

2.1 Потенциальные потребители

| **Наименование** | **Представляет** | **Роль** |
| --- | --- | --- |
| Турист | Клиенты туристической фирмы, планирующие поездки | Исследует предложения, выбирает туры, делает бронирование, получает информацию о поездках и услугах, оставляет отзывы. |
| Менеджер по туризму | Сотрудники туристической фирмы, занимающиеся продажей туров | Консультирует клиентов, составляет индивидуальные предложения, обрабатывает заявки и бронирования, контролирует выполнение условий туров. |
| Гид | Профессиональные экскурсоводы, работающие с туристами | Проводит экскурсии, информирует туристов о местах, которые они посещают, отвечает на вопросы и обеспечивает безопасность группы. |
| Администратор | Персонал, отвечающий за организацию работы офиса и координацию процессов | Устанавливает расписание работы, управляет документацией, контролирует работу сотрудников, взаимодействует с поставщиками услуг и партнерами. |
| Системный администратор | Персонал, обеспечивающий техническую поддержку и функционирование информационной системы | Устанавливает и настраивает программное обеспечение, управляет доступом пользователей, обеспечивает безопасность данных и поддерживает работоспособность системы. |
| Маркетолог | Специалисты по продвижению услуг туристической фирмы | Разрабатывает маркетинговые стратегии, анализирует рынок, проводит рекламные кампании, взаимодействует с клиентами для повышения продаж и улучшения имиджа фирмы. |

2.2 Заинтересованные лица

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Туристы | Клиенты, использующие услуги туристической фирмы | Ищут информацию о турах, бронируют поездки, оставляют отзывы и рекомендации, влияют на репутацию фирмы. |
| Поставщики услуг | Компании, предоставляющие услуги (отели, авиакомпании, экскурсионные бюро и т. д.) | Сотрудничают с туристической фирмой, обеспечивая необходимые услуги для клиентов, могут влиять на качество и стоимость туров. |
| Сотрудники | Персонал туристической фирмы (менеджеры, администраторы, гиды и т. д.) | Обеспечивают выполнение операций, взаимодействуют с клиентами, влияют на качество обслуживания и репутацию фирмы. |
| Инвесторы | Лица или организации, вкладывающие средства в туристическую фирму | Ожидают прибыль от вложений, интересуются финансовыми результатами и стратегией развития фирмы. |
| Конкуренты | Другие туристические фирмы, предлагающие аналогичные услуги | Влияют на рыночную позицию фирмы, могут определять ценовую политику и качество услуг на рынке. |
| Государственные органы | Регулирующие организации и министерства, связанные с туризмом | Устанавливают правила и стандарты для туристической деятельности, могут влиять на лицензирование и безопасность услуг. |
| Сообщество | Местные жители и организации, которые могут быть затронуты деятельностью фирмы | Интересуются воздействием туризма на местную культуру и экономику, могут поддерживать или противодействовать деятельности туристической фирмы. |
| СМИ | Средства массовой информации, освещающие деятельность туристической фирмы | Влияют на общественное мнение и репутацию компании, могут быть важными для маркетинга и PR. |

2.3 Пользовательская (программная) среда

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Модуль бронирования | Система для обработки запросов на бронирование туров и услуг | Обеспечивает взаимодействие с клиентами, принимает и обрабатывает заявки на бронирование, формирует подтверждения. |
| Модуль управления клиентами | CRM-система для управления данными о клиентах и их взаимодействии с фирмой | Хранит информацию о клиентах, отслеживает историю взаимодействия, помогает в персонализации предложений. |
| Модуль финансового учета | Система для учета финансовых операций и расчетов | Обрабатывает платежи и финансовые отчеты, обеспечивает контроль за доходами и расходами фирмы. |
| Модуль маркетинга | Инструменты для проведения рекламных кампаний и анализа рынка | Создает и управляет рекламными объявлениями, анализирует эффективность маркетинговых стратегий. |
| Модуль отчетности | Система для генерации отчетов о деятельности фирмы | Формирует отчеты по продажам, клиентам, финансам и другим ключевым показателям для анализа и принятия решений. |
| Модуль отзывов и оценок | Платформа для сбора отзывов и оценок от клиентов | Позволяет клиентам оставлять отзывы о поездках и услугах, анализирует отзывы для улучшения качества обслуживания. |
| Модуль управления поставщиками | Система для взаимодействия с поставщиками услуг (отели, авиакомпании и т. д.) | Обрабатывает запросы на услуги, управляет договорами и условиями сотрудничества с партнерами. |
| Модуль аналитики | Инструменты для анализа данных и прогнозирования спроса | Обрабатывает данные о продажах и клиентах, помогает в принятии стратегических решений на основе аналитики. |

2.4 Основные потребности заинтересованных лиц и пользователей

| **Заинтересованные лица** | **Потребности** |
| --- | --- |
| Администрация туристической фирмы | 1. Управлять процессами бронирования и обслуживания клиентов. |
|  | 2. Осуществлять политику совершенствования услуг и технологий в сфере туризма. |
|  | 3. Обеспечивать модернизацию и обновление информационных систем. |
| Клиенты (туристы) | 1. Иметь возможность бронирования туров и услуг онлайн. |
|  | 2. Получать доступ к информации о доступных турах, ценах и отзывах. |
|  | 3. Иметь возможность оставлять отзывы и оценки о поездках. |
| Менеджеры по продажам | 1. Управлять предложениями и акциями для клиентов. |
|  | 2. Иметь доступ к отчетам о продажах и анализу эффективности рекламных кампаний. |
|  | 3. Осуществлять настройку параметров бронирования и услуг в соответствии с запросами клиентов. |
| Финансовый отдел | 1. Обрабатывать платежи и вести учет финансовых операций. |
|  | 2. Генерировать финансовые отчеты и контролировать доходы и расходы фирмы. |
|  | 3. Осуществлять мониторинг и анализ финансовых показателей. |
| Специалисты по маркетингу | 1. Разрабатывать и реализовывать рекламные кампании для привлечения клиентов. |
|  | 2. Анализировать эффективность маркетинговых стратегий и корректировать их при необходимости. |
|  | 3. Осуществлять мониторинг рыночных тенденций и предпочтений клиентов. |
| Системный администратор | 1. Управлять профилями пользователей: создание/удаление профилей, настройка прав доступа. |
|  | 2. Иметь доступ к системным журналам для мониторинга состояния системы. |
|  | 3. Обеспечивать безопасность данных и восстановление базы данных в случае ошибок. |

3 Выводы

выполнил анализ заинтересованных лиц и пользователей информационной системы в соответствии с техническим заданием