

Institutionen för informationsteknologi

TENTAMEN

Kurs: Verksamhets- och informationsarkitekturer

Delkurs: Salstentamen

Kurskod: IT316G

Högskolepoäng för tentamen 5hp

Datum: 24 2023

Skrivtid: 08:15 – 13:30

Ansvarig lärare: Kristens Gudfinnsson

Berörda lärare

Hjälpmedel/bilagor: Inga

Övrigt

Anvisningar

- ☐ Ta nytt blad för varje lärare
- ☒ Ta nytt blad för varje ny fråga
- ☒ Skriv endast på en sida av papperet.
- ☒ Skriv namn och personnummer på samtliga inlämnade blad.
- ☒ Numrera lösbladen löpande.
- ☒ Använd inte röd penna.
- ☒ Markera med kryss på omslaget vilka uppgifter som är lösta.

Poänggränser: Tentamen anses godkänd om alla tre delar är godkända. För att få godkänt för en del måste över hälften av frågorna vara godkända.

Skrivningsresultat bör offentliggöras inom 18 arbetsdagar

Lycka till!

Antal sidor totalt

1. Centrala begrepp

a) Ett viktigt styrmedel för organisationer enligt Ross et.al. är *IT engagemang modellen*. Den har två utmaningar, *koordination* och *inriktning* men också tre viktiga ingredienser. Beskriv vilka dessa ingredienser är och förklara deras *syfte*:

b) Ross et.al. har hittat ett antal *varningssignaler* när kärnprocesser/rutiner inte stödjer affärsstrategin. Ge exempel på 6 varningssignaler som kan indikera att kärnprocesserna inte stöttar den övergripande affärsstrategin.

c) Du jobbar som konsult för ett företag som vill nå ut till flera kunder. Marknadsföringschefen har kommit fram till att det finns i huvudsak tre alternativ att välja emellan; (1) sätta upp reklamskyltar vid motorvägar som då skulle bestå av bensinmackor och restauranger. (2) Köpa annonser som visas på TV eller (3) marknadsföra på olika internät-kanaler. Internät-kanalerna består av tre marknadsmöjligheter; social media, annonser på Googles sökmotor och annonser på Youtube. Enligt marknadsföringschefen så uppskattar hon att på en skala 1 – 5 så har Internät-kanalerna mest effekt (5), sedan reklamskyltar på motorvägar (4), medan TV annonser uppskattas till (2). För att få en övergripande modell över de olika beslutsalternativen så har marknadsföringschefen önskat att du ritat ett influence diagram som visualiserar dessa olika alternativ på ett tydligt och bra sätt med tydligt mål och de olika alternativen (använd separat papper).

2. Verksamhetsarkitekturer

- a) Ross et.al beskriver fyra mognadssteg av verksamhetsarkitekturer. Vilka är dessa och vad kännetecknar varje verksamhetsarkitektur?
- b) I kursen har vi gått igenom fyra mognadssteg för verksamhetsarkitekturer som ni har beskrivit i frågan ovan. För att anses tillräckligt mogen för att flytta från ett steg till annat behöver man fokusera på vissa saker på varje nivå enligt Ross et al. Redogör för vad som behövs göras inom varje mognadssteg innan man flyttar över till nästa steg.
- c) När man lyckas med de fyra verksamhetsarkitekturstegen då ser man tydliga fördelar inom fem områden enligt Ross et al. Diskutera och redogör för fyra av dessa.
- d) Ross et.al beskriver 4 operating modeller, ge 5 konkreta exempel på vad som kännetecknar ett företag som arbetar efter *Replication* operating modellen *utöver* att den har hög integration och låg standardisering.
- e) Rita ett kärndiagram (core diagram) som visar replication modellen

3. Informationsetiska aspekter

Läs igenom texten och svara på frågorna nedan.

En BluRay uthyrningskedja med 30 butiker här i Sverige har samlat information om sina kunder via sina kundkort. I företagets databas finns det information om vem som hyr vad (ålder, kön, adress), när, hur ofta, på vilket format och inom vilken kategori (genre) filmerna är. Företaget fick förfrågan från andra företag att få köpa en kopia av en viss del utav den kundinformation som videokedjan hade samlat in. Eftersom det är förbjudet att ha exakta filmtitlar med i listan har videokedjan bestämt sig för att utgå ifrån kategorier. Det betyder då att exempelvis leksaksaffärer kan köpa lista som innehåller de som har hyrt barnfilmer, de som säljer varor till pensionärer får lista över de som har hyrt äldre klassiska filmer. Pensionärsföreningen *Go 'a Gubbar och Fina Fruntimmer* var en storkund hos BluRay-kedjan men har nu kontaktat företaget och sagt att de aldrig hyr film hos denna kedja igen för att deras medlemmar har fått höra att videokedjan har sålt information om dem.

a) Definiera och diskutera proffessionellt ansvar utifrån begreppet *negativt ansvar* i caset ovan nu när försäljningen av denna information har haft negativa effekter för företaget.

b) Definiera och diskutera professionellt ansvar utifrån begreppet *positivt ansvar* nu när försäljningen av denna information har haft negativa effekter för företaget.

c) Vi har diskuterat två sätt att undvika ansvar (side-stepping), redogör för vad menas med dessa sätt och ge exempel på båda sätten.