Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ФГАОУ ВО «Северо-Восточный федеральный университет им. М.К.Аммосова»

Колледж инфраструктурных технологий

Кафедра эксплуатации и обслуживания информационных систем

**ОТЧЁТ**

по лабораторной работе № 2

«Разработка описания и анализ информационной системы»

По дисциплине: Инструментальные средства разработки ПО

Выполнил студент 2-го курса

Гр. ИСИП 19-4 ФИО Петров А.З.

Проверил(-а): Бястинов В. Н.

г. Якутск 2020г

**Цель работы:** Описать и проанализировать информационную систему, распределить роли в группе разработчиков, разработать структуру проекта.

**Оборудование:** ПК, справочные материалы.

**Ход работы:**

Для начала нужно выбрать вариант предприятия, для которого буду устанавливать ИС. Я выбрал «Рекламное агентство» (16 вариант).

**Цель работы:** Целью разработки проекта является создание информационной системы «Рекламного агентства» для эффективной деятельности сотрудников ломбарда.

Для этого нам необходимо:

* Создание ИС для Рекламного агентства
* Осуществить интеграцию ИС в Рекламное агентство

Рекламное агентство – профессиональная организация, которая предоставляет своим клиентам полный или ограниченный объем услуг по планированию и организации рекламной кампании, по поручению и на средства рекламодателя.

Поиск потенциального клиента (это может осуществляться путем телефонных звонков или личного контакта). На этом этапе агент должен направить все свои усилия на то, чтобы убедить потенциального клиента в том, что размещение рекламной информации в изданиях его агентства наиболее выгодно для рекламодателя. В случае согласия клиента на размещение рекламы в журналах агентства, рекламный агент заключает с заказчиком типовой договор на размещение рекламы в изданиях агентства.

Разработка рекламного макета. Это может осуществляться либо самим рекламным агентом, либо совместно с рекламодателем.

Если рекламодатель заказывает цветную рекламу, то невозможно показать ему макет в цветном варианте (только в черно-белом). Однако агент может предоставить клиенту цветной макет на дискете (электронная версия), но это во многом усложняет процесс визирования макета, что в дальнейшем может привести к отказу клиента сотрудничать с агентством.

ИС должна быть полезной и предоставлять полную информацию для групп пользователей: директора рекламного агентства и клиента.

На основании описания системы стоит провести анализ осуществимости:

* Что произойдет с организацией, если система не будет введена в эксплуатацию? С ней ничего серьезного не произойдет, но она останется прежним и ничего не измениться.
* Какие текущие проблемы существуют в организации и как новая система поможет их решить? Система нацелена на повышение эффективности организации поэтому новая система поможет ускорить работу компании. Ускорение можно получить с помощью внедрения баз данных, что ускорит поиск необходимой информации.
* Требует ли разработка системы технологии, которая до этого не использовалась в организации? Да для разработки системы потребуются технологии которые ранее не использовались.

Результатом анализа является что, разработка системы возможна. Таким образом время работы будет около 2-3 месяцев и бюджет в размере 70-140 тыс. рублей.

Программно-аппаратные средства. Базовые ПК вполне подходит для создания ИС.

Основные этапы для разработки ИС:

* Анализ требований
* Проектирование
* Разработка ИС
* Тестирование
* Введение ИС
* Эксплуатация ИС

**Заключение:** В итоге была проделана работа по анализу и планировке информационной системы «Рекламное агентство» и составлена по нему отчет.