ОПИСАНИЕ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ

В качестве предметной области выбрано рекламное агентство, которое специализируется на разработке и реализации рекламных кампаний для своих клиентов. Информационная система данного агентства направлена на обслуживание процессов разработки, подготовки, и распространения рекламных материалов.

Процесс работы в рекламном агентстве инициируется моментом получения задания от клиента. Клиентами могут выступать как индивидуальные лица (физические), так и компании или организации (юридические лица), каждый из которых имеет свои уникальные требования и пожелания к рекламной кампании.

Этап 1: Обработка заказа

Первым шагом является взаимодействие менеджера проектов с клиентом. Менеджер тщательно анализирует все предоставленные данные, чтобы глубоко понять цели и ожидания клиента от будущей кампании. Эта информация лежит в основе разработки рекламного концепта.

Этап 2: Разработка рекламного концепта

На основании требований клиента создается рекламный концепт. Это включает в себя подбор стратегии, определение ключевых сообщений и выбор подходящих рекламных каналов. Разработка концепта требует творческого подхода и способности предвидеть потребности целевой аудитории.

Этап 3: Мобилизация ресурсов и специалистов

Для воплощения рекламного концепта в жизнь привлекаются различные специалисты: от дизайнеров и копирайтеров до SMM и SEO-экспертов. Важно обеспечить гармоничное сотрудничество между всеми участниками команды, чтобы каждый мог эффективно внести свой вклад в общий проект.

Этап 4: Разработка и утверждение рекламных материалов

Созданные рекламные материалы подлежат детальному рассмотрению и утверждению со стороны клиента. Это может включать дизайн баннеров, тексты для публикаций, видеоролики и другие виды рекламных носителей. Каждый элемент должен отвечать первоначально установленным целям и требованиям.

Этап 5: Подготовка к публикации и распространение

После утверждения материалы готовятся к публикации в выбранных каналах: это может быть печать, интернет, наружная реклама и т.д. Затем следует этап активного распространения и мониторинга реакции аудитории.

Этап 6: Анализ эффективности

Завершающим этапом является анализ результатов рекламной кампании. Оценка ее эффективности позволяет выявить сильные стороны и области для дальнейшего улучшения. Анализ результатов — ключ к оптимизации будущих проектов и повышению их эффективности.

Информационная система рекламного агентства должна обеспечивать учет всех этапов работы над проектом, включая управление контактами с клиентами, учет рабочего времени сотрудников, управление ресурсами и анализ эффективности проведенных рекламных кампаний.

В соответствии с предметной областью, система строится с учетом следующих особенностей:

* Возможность работы над несколькими проектами одновременно;
* Учет различных каналов распространения рекламы;
* Анализ эффективности рекламных кампаний;
* Управление проектами и ресурсами.

Основные сущности, которые формируют структуру проектируемой информационной системы:

* Проект (атрибуты: код проекта, название, стоимость, дата начала и завершения, статус, ответственный менеджер);
* Клиент (атрибуты: код клиента, название компании, контактная информация);
* Рекламный материал (атрибуты: код материала, название, тип, целевая аудитория, стоимость разработки);
* Менеджер проекта (атрибуты: код менеджера, ФИО, контактная информация, специализация);
* Задача (атрибуты: код задачи, описание, срок выполнения, статус, ответственный);
* Канал распространения (атрибуты: код канала, название, тип, стоимость размещения, аудитория);
* Анализ кампании (атрибуты: код анализа, код проекта, результаты, выводы, рекомендации).

Система создается для обслуживания следующих групп пользователей:

* Руководство агентства;
* Менеджеры проектов;
* Дизайнеры, копирайтеры и другие специалисты;
* Клиенты;
* Отдел маркетинга и аналитики.

Функциональные возможности:

* Ведение базы данных (добавление, изменение, удаление данных о проектах, задачах, клиентах, рекламных материалах);
* Обеспечение логической непротиворечивости данных;
* Защита информации от несанкционированного доступа (определение прав доступа для разных категорий пользователей);
* Реализация типовых запросов и возможность формирования произвольных запросов для анализа данных;
* Отслеживание статусов задач и проектов, анализ эффективности рекламных кампаний.

Готовые запросы:

* Список активных проектов и их статусы;
* Информация о клиентах и их проектах;
* Анализ эффективности рекламных кампаний по каналам распространения;
* Список задач по проектам, сроки их выполнения и ответственные сотрудники;
* Отчеты по стоимости разработки и распространения рекламных материалов.

Для реализации информационной системы могут быть использованы различные СУБД, поддерживающие реляционную модель данных (например, Oracle, MS SQL Server, PostgreSQL), и инструменты концептуального моделирования, такие как CASE-инструменты, для построения моделей данных на логическом и физическом уровнях.