МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ и науки РЕСПУБЛИКИ БАШКОРТОСТАН

Государственное автономное ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ

УФИМСКИЙ КОЛЛЕДЖ СТАТИСТИКИ, ИНФОРМАТИКИ И ВЫЧИСЛИТЕЛЬНОЙ ТЕХНИКИ

Курсовая

Выполнил студент группы 21 Веб -1

Шаехов М. Ф.

Проверил(а) преподаватель информатики

и программирования

Дмитриева Елизавета Константиновна

2024

Информационная система для рекламного агентства создается для автоматизации работы агентства, предоставляющего рекламные услуги. Агентство работает с различными клиентами, которые заказывают рекламные кампании и услуги. Основная цель рекламного агентства - создание эффективных и креативных рекламных проектов, которые помогут клиентам продвигать свои продукты и услуги на рынке.

Пользователями информационной системы рекламного агентства могут быть:  
- клиенты;  
- сотрудники агентства;  
- менеджеры проектов.  
Клиенты могут пользоваться следующими функциями системы:  
- просмотр портфолио агентства;  
- подача запроса на создание рекламной кампании;  
- управление проектами и коммуникация с сотрудниками агентства;  
- отслеживание статуса выполнения работ.  
Сотрудники агентства имеют доступ к следующим функциям системы:  
- просмотр информации о проектах и задачах;  
- участие в создании рекламных концепций и материалов;  
- взаимодействие с клиентами и менеджерами проектов;  
- отчетность по выполненным работам.  
Менеджеры проектов могут пользоваться следующими функциями системы:  
- управление портфолио проектов;  
- распределение задач сотрудникам;  
- контроль выполнения работ и соблюдения сроков;  
- взаимодействие с клиентами и сотрудниками.  
Основные сущности в информационной системе для рекламного агентства могут быть следующими:  
- клиенты;  
- проекты рекламных кампаний;  
- сотрудники агентства;  
- задачи и задания по проектам;  
- материалы и результаты работ.  
У каждого клиента есть свои атрибуты, такие как:  
- ID;  
- наименование компании;  
- контактная информация.  
У каждого проекта рекламной кампании могут быть следующие атрибуты:  
- ID;  
- название проекта;  
- описание задач и целей проекта;  
- бюджет и сроки выполнения.  
У каждого сотрудника агентства могут быть следующие атрибуты:  
- ID;  
- ФИО;  
- должность;  
- контактная информация.  
У каждой задачи или задания по проекту могут быть следующие атрибуты:  
- ID задачи;  
- описание задания;  
- срок выполнения.  
Ограничения в информационной системе для рекламного агентства могут включать:  
- необходимость авторизации для доступа к данным и функциям системы;  
- разграничение прав доступа различных пользователей к информации и функционалу системы;  
- обязательное заполнение определенных полей при создании проектов или задач для обеспечения полноты данных.