Agencja reklamy mobilnej – „Ad-Mas”

Właściciel agencji reklamy mobilnej „Ad-Mas” zlecił wykonanie wewnętrznego systemu informatycznego do usprawnienia pracy oraz zapewnienia integralności danych w obrębie firmy.

System ten ma przechowywać dane o pracownikach firmy takie jak unikalne id pracownika, imię, nazwisko, datę urodzenia, login (składający się z trzech pierwszych liter imienia i trzech pierwszych liter nazwiska oraz liczby np. *jakprz0*), hasło, data zatrudnienia, wysokość zarobków wyliczalny wiek oraz staż pracy. Pracownicy dzielą się na Communication Plannerów, Planner Managerów, Trafficów Manager Trafficów, Designerów tworzących kreacje oraz dwa typy księgowych od kampanii oraz firmowych. Każdy pracownik posiada pewne wykształcenie które zwiększa jego zarobki. Przykładami są m.in.: Wykształcenie techniczne z 20% większym zarobkiem, Wykształcenie wyższe z 50% większym zarobkiem i wykształcenie magistra z 80% większymi zarobkami.

Communication Planner posiada listę zleconych kampanii oraz może stać się Planner Managerem. Wtedy posiada także pod sobą zespół Communication Plannerów, którym może zmieniać wysokość wypłaty. Każdy Planner Manager posiada także wysokość premii rocznej ustalonej na 1000 PLN ale może ulec ona zmianie w przyszłości. Premia jest taka sama dla każdego zespołu Plannerów.

Traffic posiada listę zakończonych przez niego kampanii reklamowych oraz może je edytować.  
Traffic Manager posiada atrybut premii rocznej w wysokości 1200 PLN, a zarządzanie nią przebiega tak samo jak u Planner Manager. Ponadto zdarzyć się może, że Traffic jest jednocześnie Traffic Managerem.

Designer posiada listę kampanii dla których robił wizualizacje oraz może te wizualizacje tworzyć.

Księgowi mogą być jednocześnie od spraw kampanii oraz firmowych. Ci od kampanii mogą rozliczać kampanie zaś firmowi przychód firmy w zadanej dacie na podstawie faktury, która zawiera łączny koszt kampanii.

Kampania posiada unikalne id, datę startu, datę zakończenia, aktualne wyniki, czy potrzebuje nowej kreacji, wielkość kreacji, czy jest animowana oraz jej opis i status kampanii. Każda kampania może wyliczać aktualny koszt na podstawie aktualnych danych oraz stawki. Do każdej kampanii musi być przypisany plan realizacji zawierający estymacje opis grupy docelowej, kanał komunikacji.

Klienci należą do firm, które mają swoją nazwę, unikalne id adres, numer konta oraz czy są stałymi klientami. Każda firma ma wielu przedstawicieli (klientów) ale każdy przedstawiciel należy tylko do jednej firmy. Klienci posiadają unikalne id, imię, nazwisko, adres email oraz numer telefonu.

Stawki dla stałych klientów w zależności od sposobu rozliczenia wynoszą odpowiednio: CPC: 0.10 PLN, CPU: 0.3 PLN, CPM: 0.35 PLN. Dla nowych klientów wszystkie te stawki wynoszą 0,5 PLN.

Do każdej kampanii jest przypisany jeden Communication Planner lub Planner Manager oraz jeden Traffic lub Traffic AIO. Opcjonalnie także designer.