|  |
| --- |
| МИНОБРНАУКИ РОССИИ |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования **«МИРЭА − Российский технологический университет»**  **РТУ МИРЭА** |

**Институт информационных технологий (ИИТ)**

**Кафедра практической и прикладной информатики (ППИ)**

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ**

по дисциплине «Анализ и концептуальное моделирование систем»

**Практическое задание № 1**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Студент группы ИНБО-01-17 | ИКБО-04-22 Кликушин В.И. | (подпись) | |
| Доцент | Дзгоев А.Э. | (подпись) | |
| Отчет представлен | «\_21\_\_»\_\_\_\_02\_\_\_\_2024 г. | |  | |

Москва 2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

[1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАБОТЫ 3](#_Toc159436138)

[2 ОПИСАНИЕ ОБЪЕКТА АВТОМАТИЗАЦИИ 4](#_Toc159436139)

[3 ОПИСАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СИСТЕМЫ 5](#_Toc159436140)

[4 GLOBAX MEDIA 6](#_Toc159436141)

[5 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ 8](#_Toc159436142)

[6 ВЫВОДЫ 9](#_Toc159436143)

# 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ РАБОТЫ

Цель работы: изучить структуру и функционал рассматриваемой информационной системы.

Задачи: детально описать функционал системы в соответствии с индивидуальным вариантом учебного проекта.

Вариант №13: Моделирование работы рекламного бизнеса.

# 2 ОПИСАНИЕ ОБЪЕКТА АВТОМАТИЗАЦИИ

В современном мире реклама имеет все большую значимость. Ее целью является привлечение внимания покупателей к предприятию, выпускаемым товарам и возможностям, подчеркивая их новизну, высокое качество, удобство использования, надежность и приемлемую цену. Рекламная деятельность является неотъемлемой частью рыночного процесса.

Однако, далеко не каждое рекламное агентство обладает тем мастерством, талантом и опытом. На практике, случается, что заказчики перерастают свои рекламные агентства, и им необходим больший объем услуг, которые могут предложить только крупные агентства.

В настоящее время в рекламных агентствах системы автоматизации развиты довольно слабо. Часто звонки промо-персонала, контактные данные, клиенты, все подрядчики, все это занесено у менеджеров на рабочих телефонах. Это сказывается на скорости обработки информации и соответственно снижается качество и количество проведения мероприятий, затрудняет работу менеджеров агентства, все в совокупности несет в себе финансовые потери.

Моделирование деятельности рекламного агентства представляет собой выбор организационной структуры, оптимальной для определенных внутренних и внешних условий функционирования агентства. Основу организационной структуру рекламного агентства составляют четыре отдела: творческий отдел, который занимается производством и разработкой рекламы; отдел средств рекламы, который является ответственным за размещение и выбор средств рекламы; исследовательский отдел, который изучает конъюнктуру рынка и спрос потребителей; коммерческий отдел, который занимается коммерческой деятельностью и продвижением самого рекламного агентства.

# 3 ОПИСАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СИСТЕМЫ

Основные бизнес-процессы в рекламном бизнесе – это взаимодействие с клиентами и разработка рекламного проекта: рассмотрение заявок, обработка заказов, подготовка к выпуску и выпуск рекламной продукции. Взаимодействие с клиентами включает в себя разработку методики поиска клиентов, схемы их привлечения и общения с ними; переговоры с клиентами, знакомство покупателей со спектром предоставляемых услуг, ценами; поддержку контактов с существующими клиентами. Разработка рекламного проекта прежде всего включает формулирование технического задания. Оно устанавливает основное назначение разрабатываемого проекта, а также его технические характеристики, показатели качества и техникоэкономические требования, выполнение необходимых стадий создания и сроки реализации. Техническое задание описывает состав проекта, а также специальные требования.

Рекламное агентство в своей работе использует систему антиплагиата и руководствуется текущим законодательством. Агентство занимается изготовлением щитов, баннеров, рекламных буклетов и продвижением в социальных сетях. Сроки и стоимость заказа согласовываются на этапе заключения договора, но могут меняться в процессе выполнения заказа. В случае изменения условий составляется дополнительное соглашение к договору. Продукция проходит контроль качества.

# 4 GLOBAX MEDIA

В качестве примера рассмотрим компанию GlobaX Media – творческое рекламное агентство в Москве, предлагающее широкий спектр услуг в сфере маркетинга и рекламы для разнообразных отраслей. Проанализируем официальный сайт, представляющий агентство. Функционал системы крайне удобен и богат: от контактной информации и консультации до раздела с интересующей услугой. Более подробно остановимся на действиях, которые автоматизированы. В рекламном бизнесе многие процессы, связанные с взаимодействием с клиентами и разработкой рекламных проектов, сегодня автоматизированы с помощью CRM систем – систем, которые позволяют управлять клиентскими отношениями.

|  |  |
| --- | --- |
| Функция | Описание |
| Обработка заявок и заказов | Автоматический приём заявок от клиентов через различные каналы связи (например, по электронной почте или через онлайн-формы) и создание задачи для сотрудников на обработку этих заявок. |
| Коммуникация с клиентами | Система автоматически отправляет e-mail, SMS, whats-App, telegram и т.д. Возможность создания шаблонов для электронных писем, уведомлений и сообщений, которые упрощают и ускоряют коммуникацию с клиентами. |
| Формирование отчётности | Автоматически сгенерированные отчеты, счета, акты, договора и техзадания. |
| Расчёт ценовой политики | Материал, сумма за работу производства формируется автоматически. Благодаря норм-часам и базе операций, программа самостоятельно посчитает зарплату. Имеется возможность предварительного расчёта стоимости заказа |
| Таргетинг аудитории | Определение и настройка целевой аудитории для рекламных кампаний на основе данных и аналитики. |
| Мониторинг конкурентов | Автоматический мониторинг действий конкурентов, анализ их рекламных стратегий и реакций на изменения на рынке. |

# 5 ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

После внедрения системы уменьшится нагрузка на сотрудников, т.к. с них снимется задача по составлению отчётов и прочих документов. Процесс коммуникации между агентством и клиентом облегчится. Уменьшится нагрузка на аналитиков, т.к. таргетинг будет происходить автоматически.

# 6 ВЫВОДЫ

Выполнен анализ предметной области, рассмотрена компания, предлагающее широкий спектр услуг в сфере маркетинга и рекламы для разнообразных отраслей. На основе проведенного анализа выявлены основные аспекты, которые автоматизированы подобной системой.