

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/351082>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Информационные технологии

Введение 3

1. АНАЛИЗ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ ПО 5

1.1. Общая характеристика ООО "Нэта.ру" 5

1.2. Функциональная модель деятельности компании 6

1.3. Обзор систем-аналогов 13

2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ 17

2.1. Разработка информационной модели 17

2.2. Моделирование в UML 23

3. РАЗРАБОТКА ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ 26

3.1. Описание функционала разработанной системы 26

3.2. Тестирование разработанной системы 34

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 36

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ 38

Компания "Нэта.ру" работает в сфере продаж компьютерного оборудования, принтеров, сканеров и сетевого оборудования. Также компания оказывает услуги по установке оборудования, обслуживанию ИТ-инфраструктуры компаний в рамках заключённых соглашений. Клиентами компании являются юридические, физические лица.

Миссия компании: обеспечение доступа клиентов качественному аппаратному обеспечению.

Цель деятельности ООО «Нэта.ру»: получение прибыли за счет продаж компьютерного оборудования.

Схема организационной структуры компании приведена на рисунке 1.

Рисунок 1 - Организационная структура управления предприятием

Как показано на рис.1, компания имеет линейно-функциональный тип организационной структуры.

Генеральный директор осуществляет руководство компаний, принимает управленческие решения, утверждает параметры политики развития компании, подписывает распорядительные и финансовые документы.

Экономический отдел курирует вопросы стратегического планирования, контроля затрат и отвечает за составление отчетности. Также он участвует в налоговом планировании, в том числе оптимизирует налогообложение, и налаживает внутренний контроль в компании.

В компетенцию технического отдела входят вопросы сервисного обслуживания реализуемого оборудования, проверка их работоспособности, консультирование клиентов по вопросам эксплуатации. В компетенцию ИТ-отдела компании входят вопросы обеспечения функциональности ИТ-инфраструктуры, включая программное, аппаратное обеспечение, а также систем защиты информации.

Отдел корпоративного обслуживания курирует вопросы оказания услуг компаниям в рамках установки, настройки оборудования, проведения сервисного обслуживания и ремонта.

Отдел продаж занимается сбором и анализом данных, изучением и анализом сегмента рынка продаж сегмента рынка продаж компьютерного и коммуникационного оборудования, составлением планов и отчетов, разработкой стратегий продвижения и развития, аудитом продаж, мониторингом ценовой политики сферы деятельности, разработкой программ лояльности.

В рамках данной работы проведен анализ деятельности отдела продаж в части организации взаимодействия с клиентами.

1.2. Функциональная модель деятельности компании

В рамках анализа бизнес-процессов компании было проведено построение функциональной модели технологии работы с клиентами. На рис.3 показана контекстная диаграмма.

Рисунок 2 – Контекстная диаграмма

Как показано на рис.2, структура входных информационных потоков включает информацию по статистике продаж компьютерного и коммуникационного оборудования и расходных материалов, данные о результатах работы менеджеров по работе с клиентами, данные обратной связи от клиентов. Результатная информация содержит отчетные данные по работе с клиентами, сформированную отчетность по работе с клиентами. На рис.3 приведена диаграмма декомпозиции основного процесса. Как показано на рис.3, основной бизнес-процесс в технологии работы с клиентами включает:

- анализ статистики проведенных продаж;
- работу с системой обратной связи от клиентов;
- разработку программы оптимизации маркетинговой политики компании;
- формирование отчетности по работе с клиентами.

Рисунок 3 – Диаграмма основного процесса

На рис.4 приведена диаграмма декомпозиции проведения анализа статистики продаж. Как показано на рис., анализ статистики продаж включает:

- получение данных по проведенным кассовым операциям;
- проведение анализа объемов продаж в динамике в заданные временные периоды;
- проведение анализа продаж в разрезе товарных позиций;
- проведение анализа операций в разрезе сегментов клиентской базы.

Рисунок 4 – Диаграмма процесса «Анализ статистики продаж»

На рис.5 приведена диаграмма процесса анализа обратной связи. Как показано на рис.5, работа с системой обратной связи включает: ведение контактных данных клиентов, разработку опросных листов для анкетирования, проведение обзвона клиентов, обработку результатов обзвонивших. На рис.6 приведена диаграмма процесса разработки маркетинговой политики.

Рисунок 5 – Диаграмма процесса «Работа с системой обратной связи»

Рисунок 6 – Диаграмма оптимизации маркетинговой политики

Как показано на рис.6, оптимизация маркетинговой политики предполагает:

- расчет величины бонусов для клиентов;
- расчет параметров партнерских программ;
- расчет объемов нагрузки на менеджеров компании;
- оценку объемов затрат на реализацию маркетинговой политики.

По результатам анализа существующих бизнес-процессов работы с клиентами в условиях исследуемой компании было показано, что отсутствие специализированного инструмента для автоматизации приводит к недостаткам, обусловленным следующими факторами:

- невозможность получения информации обратной связи от клиентов, включая проведение опросов, анкетирование по качеству реализуемой продукции, работы менеджеров компании;
- невозможность проведения оценки эффективности проводимой маркетинговой политики;
- невозможность составления сводной отчетности по эффективности работы с клиентами;
- высоким уровнем трудозатрат и вероятностью ошибок, связанных с влиянием человеческого фактора.

В качестве метода модернизации бизнес-процесса выбрано внедрение CRM-системы, что позволит минимизировать влияние указанных негативных факторов и обеспечить эффективность работы специалистов.

На рис.7-8 приведена диаграмма модернизированного бизнес-процесса.

Рисунок 7 – Контекстная диаграмма «AS TO-BE»

Рисунок 8 – Диаграмма декомпозиции «AS TO-BE»

Автоматизация взаимоотношений с клиентами предполагает использование нескольких форм [7]:

□ опросы при приобретении товара;

□ SMS-опросы;

□ анализ клиентских предпочтений при приобретении тех или иных товаров.

Отчет по предпочтениям клиентов включает: наименование типа товара, бренда, уровень узнаваемости, уровень продаж в соответствующей товарной группе.

В заявку поставщикам включаются реквизиты, содержащие наименование поставщика, его реквизиты, перечень заказываемых товаров (компьютерного и коммуникационного оборудования) с указанием их количества.

1. CRM-система MindBox. О программе. [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<https://mindbox.ru/products/crm/>

2. Зараменских Е. П. Информационные системы: управление жизненным циклом: учебник и практикум / Е. П. Зараменских. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 431 с.

3. Системы управления технологическими процессами и информационные технологии : учебное пособие для вузов / В. В. Троценко, В. К. Федоров, А. И. Забудский, В. В. Комендантов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 136 с.

4. Григорьев М. В. Проектирование информационных систем : учебное пособие / М. В. Григорьев, И. И. Григорьева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 318 с.

5. Волкова В.Н. Информационные системы в экономике : учебник для вузов / В. Н. Волкова, В. Н. Юрьев, С. В. Широкова, А. В. Логинова. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 402 с.

6. Стружкин, Н. П. Базы данных: проектирование. Практикум: учебное пособие / Н. П. Стружкин, В. В. Годин. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 291 с.

7. Гладких Т.В., Воронова Е.В. Разработка прикладных решений для информационной системы 1С: Предприятие 8.2 / Е.В. Воронова Т.В. Гладких. - Воронеж: Воронежский государственный университет инженерных технологий, 2016. - 56 с

8. Дадян, Э.Г. Современные базы данных. Часть 2: практические задания: Учебно-методическое пособие / Дадян Э.Г. -М.:НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 68 с

9. Зайцев А.В. Информационные системы в профессиональной деятельности [Электронный ресурс]: Учебное пособие. - М.: РАП, 2013. - 180 с.

10. Исакова А.И. Основы информационных технологий [Электронный ресурс] : учебное пособие / А.И. Исакова. -Томск: Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники, 2016. - 206 с

11. Калюжнова, Н. Я. Современные модели маркетинга: учебное пособие / Н. Я. Калюжнова, Ю. Е. Кошурникова. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 170 с.

12. Кожевникова Г. П. Информационные системы и технологии в маркетинге: учебное пособие для вузов / Г. П. Кожевникова, Б. Е. Одинцов. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 444 с.

13. Грекул В. И. Проектирование информационных систем : учебник и практикум / В. И. Грекул, Н. Л. Коровкина, Г. А. Левочкина. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 385 с.

14. Рыжко А. Л. Информационные системы управления производственной компанией: учебник для вузов / А. Л. Рыжко, А. И. Рыбников, Н. А. Рыжко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 354 с.

15. Чистов Д.В. Проектирование информационных систем: учебник и практикум / Д. В. Чистов, П. П. Мельников, А. В. Золотарюк, Н. Б. Ничепорук. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kursovaya-rabota/351082>