

# ПРОЕКТ ИНФОРМАЦИОННОЙ СИСТЕМЫ УЧЕТА УСЛУГ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА

Чернавин Артур Иванович 4 курс, группа ПИН-2216, АНО ВО БУКЭП

Научный руководитель Нечипоренко Г.Г., ст. преподаватель кафедры информационных систем и технологий АНО ВО БУКЭП

## Актуальность проекта

На сегодняшний день традиционный учет операций, в особенности рекламного агентства, связанный с множеством этапов (от заказа до монтажа, расчетов), не обеспечивает оперативного управления организацией. Разработка ИС позволит автоматизировать ключевые процессы, выполнять контроль этапов и оптимизировать получение оперативной отчетности и документации.

## Задачи проекта

1. Создание информационной базы для хранения информации о клиентах, а также о предоставляемых им услугах.
2. Разработка пользовательского интерфейса для ввода и отображения данных, обеспечивающего удобство использования информационной системы сотрудниками рекламного агентства.
3. Внедрение функций автоматического учета и анализа хозяйственных операций, позволяющих отслеживать состояние финансовых потоков и эффективность предоставляемых услуг.

## Объект исследования

Объектом исследования выступают процессы управления заказами и оказания услуг в рекламном агентстве, специализирующемся на наружной рекламе. Это включает документооборот (договоры, заказы, рабочие задания, акты), учет ресурсов (время сотрудников, номенклатура услуг), финансовые расчеты с клиентами и формирование аналитической отчетности для принятия управленческих решений.

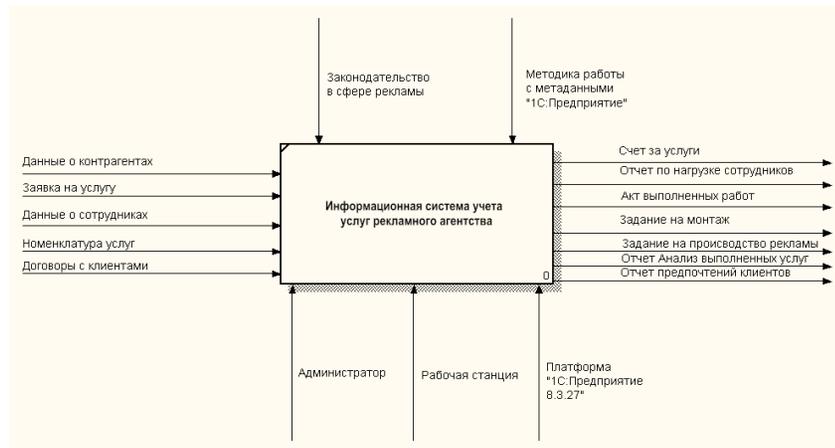


Рис. 1. Анализ бизнес-процессов рекламного агентства, предоставляющего услуги производства и монтажа наружной рекламы (нотация моделирования IDEF0)

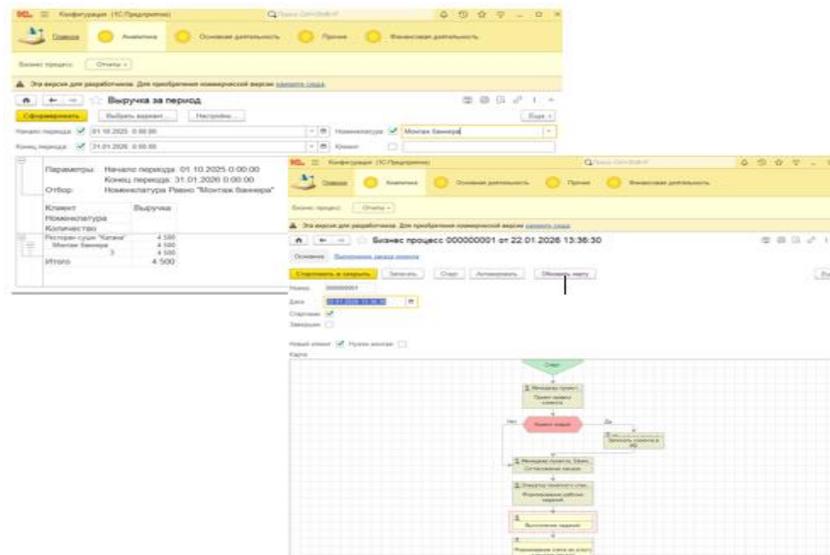


Рис. 2. Интерфейс информационной системы учета услуг рекламного агентства

## Практическая значимость исследования

Реализация проекта позволит перевести учет деятельности агентства на единую цифровую платформу, что сократит временные затраты на обработку заказов, минимизирует «человеческий фактор», повысит дисциплину исполнения (за счет контроля этапов и формирования рабочих заданий) и обеспечит руководство достоверной оперативной информацией для анализа. Разработанная система является масштабируемым решением, готовым к адаптации под изменяющиеся бизнес-процессы и нормативные требования.

## Методы исследования

1. Системный анализ (идентификация требований, проблем и возможностей автоматизации процессов рекламной организации по наружной рекламе)
2. Моделирование процессов (разработка моделей информационных потоков и структуры системы для определения оптимальных решений)
3. Экспериментальный метод (разработка и тестирование прототипа ИС в реальных условиях с целью выявления недостатков и оценки эффективности)

**Среда разработки ИС.** Разработка выполнена на отечественной технологической платформе «1С:Предприятие 8.3.27», что обеспечивает высокую степень интеграции компонентов системы, надежность хранения данных и соответствие требованиям по использованию российского программного обеспечения.