

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://stuservis.ru/kursovaya-rabota/383528>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Информационные системы и процессы

Введение 3

1. Аналитическая часть 4

1.1. Общая характеристика ООО «Альпака» 4

1.2. Анализ бизнес-процессов Интернет-продаж 7

2. Проектная часть 16

2.1. Постановка задач автоматизации 16

2.2. Обоснование выбора средств разработки 17

3. Информационная модель технологии Интернет-продаж 21

3.1. Построение концептуальной диаграммы 21

3.2. Разработка структуры данных информационной системы 22

3.3. UML-моделирование технологии Интернет-продаж 26

3.3.1. Описание пользовательских сценариев 26

3.3.2. Описание динамической модели 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 31

Список использованных источников 32

1. Аналитическая часть

1.1. Общая характеристика ООО «Альпака»

В настоящее время широкое развитие получают технологии автоматизации продаж товаров с использованием Интернет-сервисов. Преимущества указанной технологии включают [3]:

□ рост клиентской базы;

□ отсутствие затрат на оплату труда персонала, обслуживающего клиентов, содержание торговых площадей, закупку торгового оборудования, охранных систем и др.;

□ упрощение процедур, связанных с проведением оплат;

□ возможности взаимодействия с клиентами через сайт компании;

□ возможности получения отчетных данных за счет формирования сводных показателей по реализации продукции.

Технология продаж с использованием Интернет-площадок предполагает [2]:

□ вход на сайт или в мобильное приложение продавца;

□ просмотр информации о товаре;

□ перемещение выбранных товаров в корзину;

□ оформление заказа с указанием способа оплаты и доставки;

□ просмотр статуса отправки заказа.

В рамках данной работы проведена разработка Интернет-магазина для компании, работающей в сфере продаж электроники. Компания осуществляет реализацию товара, получаемого от производителей и оптовых поставщиков. Специалисты компании консультируют клиентов по вопросам эксплуатации техники, оказывают услуги по подбору необходимых моделей. На рисунке 1 приведена диаграмма организационной структуры компании.

Рисунок 1 - Схема организационной структуры ООО «Альпака»

Компания имеет линейно-функциональный тип организационной структуры, для которого характерно наличие иерархии подчиненности, при этом в рамках реализации отдельных проектов возможно создание рабочих групп с внутренней системой управления.

Руководство компанией осуществляется генеральным директором, в компетенцию которого входят вопросы координации взаимодействия отделов компании, подписания договоров, платежных поручений, актов

выполненных работ, решение вопросов, связанных с принятием управленческих решений по основной деятельности организации, определение кадровой политики и политики развития.

В компетенцию специалистов по работе с клиентами входят вопросы, связанные с осуществлением продаж, консультированием клиентов по вопросам, связанным с работой с заказами, проведением оплат, условиями доставки приобретенных товаров, а также составлением аналитической отчетности по работе с клиентами. Специалисты экономического отдела курируют вопросы организации проведения платежей, расчетов с поставщиками, компаниями-партнерами, оплаты налоговых и арендных платежей, а также транспортных расходов. Специалисты по бухучету осуществляют начисление заработной платы, учет основных средств, работу с банками в части проведения платежей по расчетному счету.

Сотрудники отдела закупок курируют вопросы работы с поставщиками, организации поставок реализуемых товаров, определения условий проведения взаиморасчетов.

Сотрудники общего отдела курируют вопросы ведения документооборота и кадрового учета.

В таблице 1 приведены результаты SWOT-анализа деятельности компании.

Таблица 1 - SWOT-анализ компании

Сильные стороны

Наличие отлаженных взаимоотношений с поставщиками товаров высокого качества для реализации, предоставление корпоративных скидок. Работа с корпоративными клиентами, гарантирующими проведение значительных объемов закупок

Внедрение системы Интернет-продаж, посредством которой клиенты получают возможности просмотра полной информации о товарах, работы с заказами без непосредственного задействования офисов компании, а также проведения платежей в дистанционной форме

Слабые стороны

Невозможность автоматизации технологии продаж через Интернет, что сокращает клиентскую базу, не позволяет анализировать покупательские предпочтения

Угрозы
Нестабильность экономической ситуации, наличие зависимости от курса валют, ограничения в деятельности компании и клиентов, связанные с введением санкционных ограничений

Сокращение объемов продаж из-за падения доходов

Специфика деятельности магазина электроники связана с работой на рынке с высоким уровнем конкуренции и для сохранения позиций на рынке и обеспечения роста оборотов необходимо использовать возможности, позволяющие расширить рынок сбыта. Одним из эффективных инструментов увеличения клиентской базы является использование технологии Интернет-продаж, обеспечивающей возможности сокращения затрат на содержание помещений и персонала торговых точек, позволяющего формировать отчетность по проведённым операциям, проводить платежи в безопасном режиме.

1.2. Анализ бизнес-процессов Интернет-продаж

В рамках анализа предметной области продаж электроники через Интернет-магазин методом интервьюирования проведено определение потребностей пользователей.

Таблица 2 - Анализ потребностей пользователей

№ Вопрос Ответ

1 Определите перечень сегментов потребителей товара Покупатели электроники

2 Определите перечень специалистов компании, использующих программное решение Специалист по работе с клиентами, специалисты по учету складских запасов, сотрудники службы комплектации, аналитики, руководство

3 Какие проблемы в деятельности компании позволят решить внедрение системы? Сокращение объёмов продаж, исчерпание резервов роста клиентской базы

4 Что является основанием для разработки проекта? Необходимость сохранения перспектив развития компании

5 Каковы наиболее часто используемые каналы коммуникации с клиентами, используемые в настоящее время? Прием заказов производится через специально созданные группы в мессенджерах и социальных сетях, что не позволяет формировать портфель заказов, анализировать поток поступающих запросов, формировать отчетность

6 Каковы факторы получаемой экономической выгоды от внедрения системы? Рост оборотов, снижение управленческих издержек, получение инструмента для формирования аналитической отчетности

7 Определите полномочия клиентов при работе с системой Поиск, просмотр информации о реализуемых

товарах, оформление заказов, проведение оплат, выбор способа доставки

8 Определите требования к интерфейсу разрабатываемой системы Наличие интуитивно понятного интерфейса, отображение информации о реализуемых товарах.

9 Определите перечень дополнительных факторов, связанных с необходимостью внедрения системы Представительство в сети интернет, демонстрация данных о деятельности компании, контактной информации.

10 Перечислите основные виды контента Данные о товарах, выбор способов оплаты, доставки, личные кабинеты пользователя и администратора

11 Перечислите необходимый инструментарий для взаимодействия с клиентами Система обратной связи, встроенная интеграция с мессенджерами, режим чата

12 Каковы факторы дополнительных затрат, связанных с эксплуатацией системы Увеличение нагрузки на ИТ-специалистов, что связано с обслуживанием информационной базы, управление ролями пользователей

В рамках данной работы проведен анализ бизнес-процессов организации продаж. В данном сегменте рынка представлено множество компаний, что создает необходимости формирования предложений для клиентов, имеющих привлекательность по качеству, цене, схемам оплаты и обслуживанию. Одним из источников снижения стоимости для клиентов является возможность сокращения управленческих издержек. [9]. На рис. 3 приведена контекстная диаграмма бизнес-процесса.

1. Аврунев О. Е., Стасышин В. М. Модели баз данных : учебное пособие : / О. Е. Аврунев, В. М. Стасышин. - Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2018. - 121с.
2. Широкова Е. В. Разработка простых отчетов с использованием системы компоновки данных: учебное пособие. - Калуга: Манускрипт, 2017. - 83 с.
3. Лутц М. Python : карманный справочник : [перевод с английского] / Марк Лутц. - 5-е изд. - Москва ; Санкт-Петербург : Диалектика, 2019. - 318 с.
4. Свейгарт Э. Автоматизация рутинных задач с помощью Python: практическое руководство пользователя / Эл Свейгарт. - Москва: Вильямс, 2018. - 584 с.
5. Демчинова Е. А., Исаева М. В. Web-программирование / Е.А. Демчинова, М.В. Исаева. - Кострома : КГУ, 2017. - 145с.
6. Титова Г. С., Пыхтин А. И., Халин Ю. А., Овчинкин О. В. Web-программирование в социально-экономических системах: учебное пособие: / Г.С. Титова, А.И. Пыхтин, Ю.А. Халин, О.В.. - Курск: Юго-Западный государственный университет: Университетская книга, 2017. - 134 с.
7. Никулова Г. А. Web-программирование. Клиентские технологии: SVG : учебно-методическое пособие / Г. А. Никулова. - Липецк : ЛГПУ имени П. П. Семенова-Тян-Шанского, 2017. - 61 с.
8. Тонких А. П. Web-дизайн и Web-программирование: учебно-методическое пособие / А. П. Тонких. - Тольятти : Изд-во Тольяттинского государственного университета, 2019. - 256с.
9. Мантусов В. Б., Башлы П. Н., Гамидуллаев С. Н. Цифровая экономика. Бизнес-процессы: учебник / В. Б. Мантусов, П. Н. Башлы, С. Н. Гамидуллаев. - Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2020. - 415 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://stuservis.ru/kurovaya-rabota/383528>