

ИНФОРМАЦИОННАЯ СИСТЕМА УЧЕТА И ОБРАБОТКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ЭЛЕКТРОННЫХ ОПРОСОВ

А. Белов

5 курс, механико-математический факультет
Научный руководитель – доц. В.М. Сиников

В современной экономике важным является умение оперативно реагировать на изменения вкусов и предпочтений потребителя. Каким способом отслеживать эту динамику, чтобы вовремя принять необходимые меры? Этот вопрос поднимает следующую проблему: чем точнее и актуальнее информацию хочет получить производитель, тем больше необходимо затратить средств на ее получение и тем меньше будет полезность от этой информации. Одним из способов решения данной проблемы является информационная система (ИС) для проведения маркетинговых опросов.

Цель данной работы – спроектировать и реализовать на базе web-технологий информационную систему, позволяющую проводить маркетинговые опросы.

Для реализации поставленной цели были поставлены следующие задачи: ознакомиться с уже существующими в данной проблемной области информационными системами, изучить их возможности, преимущества и недостатки; построить логическую модель базы данных; спроектировать программную систему, выделив и отобразив основные группы пользователей и их функциональные возможности на диаграмме прецедентов, а также построив диаграмму последовательности и диаграмму классов; выбрать инструментальные и программные средства для реализации спроектированной системы; реализовать физическую модель базы данных и программную систему; произвести тестирование системы; написать инструкцию пользователя и администратора.

Информационная система состоит из конструктора анкет – клиента базы данных, с помощью которого маркетологом создается анкета, состоящая из списка вопросов и списка допустимых ответов. Имеется возможность создания анкет, вопросов и ответов на основе ранее созданных, а также возможность указания целевой аудитории, для которой предназначается анкета. Помимо конструктора анкет в состав ИС входит web-сайт, реализованный с помощью JSP, EJB, JavaScript и других технологий. В системе присутствует модуль статистической обработки результатов, полученных после опроса, позволяющий проводить классификацию респондентов, которые участвовали в опросе.