

## 2022341 Проектирование и разработка инструмента для автоматизации анализа статистических данных рекламных интернет-кампаний

### Оглавление

ВВЕДЕНИЕ .....	2
1 АНАЛИЗ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ И ФОРМИРОВАНИЕ ЗАДАЧИ ИССЛЕДОВАНИЯ.....	4
1.1 Основные преимущества и виды Интернет-маркетинга .....	4
1.2 Возможности применения таргетинга .....	17
1.3 Контекстная реклама как вид рекламы в интернете .....	30
1.4 Параметры оценки эффективности таргетинга .....	34
1.5 Описание существующих бизнес-процессов .....	39
2 РАЗРАБОТКА ОБЪЕКТО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ МОДЕЛЕЙ.....	43
2.1 Разработка функциональности программного комплекса на языке UML .....	43
2.1.1 Диаграмма вариантов использования .....	43
2.1.2 Диаграмма классов .....	46
2.1.3 Диаграмма последовательности .....	48
2.1.4 Диаграмма кооперации .....	51
2.1.5 Диаграмма состояний .....	51
2.1.6 Диаграмма деятельности .....	53
2.1.7 Диаграмма компонентов .....	54
2.1.8 Диаграмма развертывания .....	55
2.2 Выбор средств разработки сервиса .....	56
2.3 Этапы жизненного цикла проекта автоматизации .....	67
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	83
СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	85
Приложение. Листинг программных модулей.....	88