

УДК 004.4

Тюркеджи С.В.¹, Коцур М.І.²

¹ студ. гр. КНТ-142м НУ «Запорізька політехніка»

² канд. техн. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРОГРАМНА РЕАЛІЗАЦІЯ МЕТОДІВ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Об'єкт дослідження – процеси маркетингового аналізу та опитувань.

Предмет дослідження – методи та засоби маркетингового аналізу за допомогою вебдодатків.

Мета роботи – розробити вебдодаток для проведення маркетингового аналізу та опитувань.

Матеріали, методи та технічні засоби: методи опитування та анкетування для проведення маркетингових досліджень, методи аналізу даних, структурне та об'єктно-орієнтоване програмування, мови програмування Java Script, React, персональний комп'ютер з процесором Intel Core 2 Duo під управлінням операційної системи Microsoft Windows 11.

Практичне завдання роботи стало розробка зручного вебдодатку, призначеного для створення та розповсюдження простих опитувань, а також для агрегування та аналізу відповідей на опитування.

Задачі, які були вирішені:

- було проведено широке дослідження, щоб зрозуміти роль і застосування інформаційних технологій у маркетингових дослідженнях. Це забезпечило міцну основу для розробки додатка, гарантуючи його актуальність і ефективність;

- було проведено аналіз методів маркетингових досліджень. Було обрано методи опитування та анкетування респондентів;

- було проведено критичний аналіз подібних систем;

- було проведено аналіз та вибір технології та інструментів, які найкраще підходили для досягнення цілей роботи;

- розроблено вебдодаток, включаючи фази систематичного проектування та кодування;

- проведено тестування та розміщення в службах хостингу, що зробило його доступним для кінцевих користувачів.

Успішно розроблено вебдодаток, яка не лише допомагає у створенні та управлінні маркетинговими опитуваннями, але й робить це завдяки дизайну, який надає перевагу зручності та функціональності користувача. Процес від задуму до запуску характеризувався ретельним плануванням, стратегічним аналізом і продуманим дизайном, які гарантували, що кінцевий продукт добре відповідає потребам користувачів у сфері маркетингових досліджень.

Галузь використання – маркетингові дослідження, опитування громадської думки.