

# 团 体 标 准

T/QGCML 3096—2024

## 智能广告设计发布营销管理系统

Intelligent advertising design and release marketing management system

2024 - 02 - 01 发布

2024 - 02 - 15 实施

## 目 次

前言 .....	II
1 范围 .....	1
2 规范性引用文件 .....	1
3 术语和定义 .....	1
4 基本要求 .....	1
5 系统架构 .....	2
6 系统模块功能 .....	2
7 运行测试 .....	2

全国团体标准信息平台

## 前 言

本文件按照GB/T 1.1—2020《标准化工作导则 第1部分：标准化文件的结构和起草规则》的规定起草。

请注意本文件的某些内容可能涉及专利。本文件的发布机构不承担识别专利的责任。

本文件由全国城市工业品贸易中心联合会提出并归口。

本文件起草单位：武汉汉娃文化传媒有限公司、武汉透世文化传媒有限公司、武汉墨白光影文化传播有限公司。

本文件主要起草人：彭梦园、汤杰、温朝诚、吕梦远、张毅。

# 智能广告设计发布营销管理系统

## 1 范围

本文件规定了智能广告设计发布营销管理系统的术语和定义、基本要求、系统架构、系统模块功能、运行测试。

本文件适用于智能广告设计发布营销管理系统的设计及应用。

## 2 规范性引用文件

下列文件中的内容通过文中的规范性引用而构成本文件必不可少的条款。其中，注日期的引用文件，仅该日期对应的版本适用于本文件；不注日期的引用文件，其最新版本（包括所有的修改单）适用于本文件。

GB/T 20270 信息安全技术 网络基础安全技术要求

GB/T 20988 信息安全技术 信息系统灾难恢复规范

GB/T 25000.10 系统与软件工程 系统与软件质量要求和评价（SQuaRE） 第10部分：系统与软件质量模型

GB/T 25000.51 系统与软件工程 系统与软件质量要求和评价（SQuaRE） 第51部分：就绪可用软件产品（RUSP）的质量要求和测试细则

## 3 术语和定义

下列术语和定义适用于本文件。

### 3.1

**智能广告设计发布营销管理系统** intelligent advertising design and release marketing management system

是基于人工智能和大数据技术的广告设计和发布管理系统。能够实现广告创意设计、智能投放、效果监测和数据分析等功能。

## 4 基本要求

### 4.1 设计要求

4.1.1 系统采用流行的 B/S 结构模式。系统的分析设计采用面向对象的技术，应用 Visio 等工具进行辅助设计。

4.1.2 应易于操作、界面美观，方便用户进行浏览、搜索和交互。

4.1.3 应采用先进的技术和架构，保证系统的稳定性和性能，能够高效地处理大量的数据和请求。

4.1.4 应保护用户数据的安全，采用加密技术等安全措施，确保数据传输和存储的安全性。

### 4.2 信息安全

符合GB/T 20270、GB/T 20988的相关要求。

### 4.3 可靠性

应遵从GB/T 25000.10、GB/T 25000.51中的可靠性要求，在应用场景需求内，长时间连续运行时不应出现崩溃、闪退、卡死、无响应、响应迟缓等问题。

### 4.4 备份和恢复

备份和恢复要求包括但不限于：

a) 宜有数据备份机制，并对备份数据进行保护；

- b) 在使用恢复的数据前应校验其可用性、完整性；
- c) 被非正常退出,或其他应用程序异常导致关机或者重启,再次启动时,功能应能恢复正常使用。

## 5 系统架构

5.1 系统逻辑架构图符合图 1 要求。

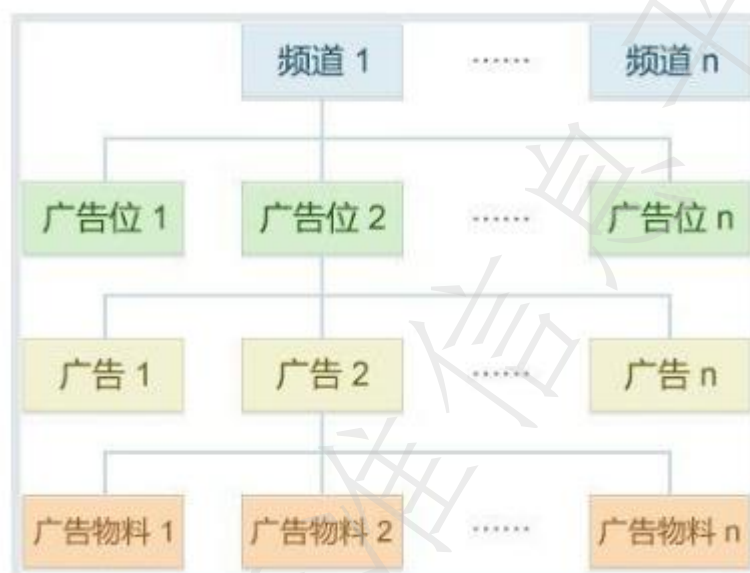


图1 逻辑架构图

5.2 系统包括:广告位、广告、报告、设置管理四部分。

- a) 广告位:实现对频道、广告位、获取广告代码的管理;
- b) 广告:实现对广告基本信息、广告物料库的管理;
- c) 报告:实现对广告位、广告、物料、频道、综合等报表的图表展示及报表数据下载;
- d) 设置:实现不同角色的管理员、物料模板、账号、操作日志的管理。

## 6 系统模块功能

系统可实现以下模块功能:

- a) 广告位管理:系统化管理广告位,支持固定、弹窗、漂浮三种类型;
- b) 类型管理:支持文字、图片、Flash、富媒体 4 种类型的广告物料;
- c) 专业报告:提供广告报告、资源报告 5 种数据报告;
- d) 多用户权限超级管理员、技术人员、销售人员、排期管理员、投放人员、数据检测员、广告代理商 7 种角色,不同角色分工明确,满足业务需要。

## 7 运行测试

### 7.1 测试范围

根据需求分析说明书中对功能性需求以及非功能性需求的描述,确定此次的测试范围。

#### 7.1.1 功能性需求测试范围

功能性需求测试的范围包括:

- a) 综合监测;

- b) 安全管理；
- c) 大数据分析；
- d) 系统管理需求模块。

### 7.1.2 非功能性需求测试范围

非功能性需求测试的范围包括：

- a) 性能测试需求：测试系统基本且常用的功能以及对响应时间要求严格的功能模块；
- b) 可靠性测试需求：运行稳定性、屏蔽用户操作错误、错误提示的准确性以及故障异常恢复能力；
- c) 易用性测试需求：操作界面符合标准和规范，系统整体功能的直观性、一致性、正确性及可理解性。

### 7.2 测试方法

使用黑盒测试方法，Bug跟踪管理工具，定位问题抓包工具，覆盖所有功能需求对其进行等价类划分、边界值分析、错误推测等各类测试策略测试，确保功能的实现满足系统需求要求。

### 7.3 性能测试

利用HP LoadRunner软件，结合参数化方法实现多用户的并发登录，使用虚拟用户并发来模拟实际用户对业务系统施加压力，查看各操作场景响应时间。

### 7.4 安装调试

现场安装调试软件、拟定培训材料，进行相应的前期培训，及时记录交付、安装过程中系统出现的问题

---