

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет информационных технологий

Кафедра «Информационные системы и технологии»

Направление подготовки: 09.03.02 Автоматизированные системы обработки
информации и управления

ОТЧЕТ

по проектной практике

Студент: Агеева Дарья Сергеевна Группа: 241-333

Место прохождения практики: Московский Политех, кафедра «ИСИТ»

Отчет принят с оценкой _____ Дата _____

Руководитель практики: Худайбердиева Гулшат

Москва 2025

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	3
Общая информация о проекте:	3
Цель проекта.....	4
Основные задачи проекта	4
Общая характеристика деятельности организации:	5
Наименование заказчика	5
Организационная структура	6
Описание задания по проектной практике:	7
Описание достигнутых результатов по проектной практике:	9
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	11
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	13

ВВЕДЕНИЕ

Общая информация о проекте:

Проект «Виртуальный стилист» посвящён созданию приложения для компании Texel, специализирующейся на цифровых решениях с использованием 3D-технологий и искусственного интеллекта. Данное приложение выступает в роли персонального сервиса, который помогает пользователям подбирать одежду, стиль и аксессуары с учётом их внешности, предпочтений, бюджета и образа жизни.

Актуальность разработки обусловлена быстрым ритмом современной жизни и возрастающим спросом на индивидуальные онлайн-сервисы, способные облегчить повседневные задачи. Виртуальные стилисты становятся всё более востребованными среди широкой аудитории — от инфлюэнсеров до обычных пользователей.

Проект отражает современные тенденции в моде и технологиях: стремление к самовыражению через стиль, рост интереса к персонализации и увеличение числа пользователей, готовых инвестировать в качественные цифровые сервисы. «Виртуальный стилист» сочетает удобство, технологичность и привлекательный визуальный дизайн.

В ходе проектной практики команда студентов разработала концепцию продукта, проанализировала целевую аудиторию и конкурентов, сформировала структуру сервиса и пользовательский интерфейс. Также велась работа по взаимодействию с потенциальными партнёрами и инфлюэнсерами, а технические и визуальные компоненты были реализованы для обеспечения комфортной работы приложения.

Особое внимание уделялось анализу пользовательского опыта, применению нейросетевых технологий и взаимодействию с заказчиком. Работа осуществлялась в тесном сотрудничестве с компанией Texel, что позволило сделать проект максимально ориентированным на практические задачи и реальные потребности отрасли.

Цель проекта

Разработать функциональное B2C-приложение «Виртуальный стилист», которое предоставляет пользователям персонализированные рекомендации по стилю, гардеробу и покупкам с использованием искусственного интеллекта. Приложение должно учитывать индивидуальные особенности внешности, вкусовые предпочтения, бюджет и образ жизни пользователя, предлагая готовые образы, сочетания вещей и советы по стилю.

Проект также направлен на повышение вовлечённости пользователей, создание сообщества вокруг сервиса и обеспечение его коммерческой ценности через монетизацию и партнёрства с брендами одежды, магазинами и инфлюэнсерами.

Основные задачи проекта

1. Формирование продуктовой концепции:

- Адаптация сервиса под массовую аудиторию: разработка интуитивно понятного пользовательского интерфейса.
- Интеграция приложения с социальными сетями и онлайн-магазинами.
- Определение бизнес-модели: платная подписка, freemium-модель с дополнительными функциями, партнёрские программы с брендами и ритейлерами.

2. Техническая реализация:

- Создание мобильного приложения и/или веб-версии, поддерживающей загрузку фотографий или 3D-сканов пользователей.
- Разработка алгоритмов персонализации рекомендаций: учёт данных о типе фигуры, цветотипе, предпочтениях и стиле.
- Внедрение рекомендаций по стилю, сочетанию вещей и необходимых покупках (функция «что докупить» и «как носить»).

3. Маркетинг и продвижение:

- Проведение бета-тестирования с участием инфлюэнсеров и фокус-групп для получения обратной связи.

- Разработка маркетинговой кампании: таргетированная реклама, коллаборации с модными блогерами и брендами.
- Использование медийных ресурсов и имиджевых активов компании Texel для продвижения приложения.

4. Поддержка и развитие продукта:

- Обеспечение стабильной работы и сервисной поддержки пользователей.
- Регулярные обновления платформы: добавление новых стилей, сезонов и трендов.
- Формирование сообщества пользователей с возможностью делиться образами, лайками, комментариями и обратной связью.
- Поддержка обратной связи и адаптация сервиса к потребностям пользователей на основе собранных данных.

5. Масштабирование и монетизация:

- Сотрудничество с ритейлерами, маркетплейсами, lifestyle-приложениями и fashion-брендами.
- Расширение пользовательской базы и подготовка инвестиционных материалов (питч-дек, презентации).
- Анализ поведения пользователей и эффективности рекомендаций для улучшения алгоритмов и пользовательского опыта.

Общая характеристика деятельности организации:

Наименование заказчика

ООО «Тексел» (Texel)

Компания Texel основана в 2014 году и специализируется на разработке профессиональных 3D-сканеров и программного обеспечения для создания цифровых 3D-моделей людей и крупногабаритных объектов. Основное направление деятельности — разработка решений в области 3D-сканирования, компьютерного зрения и искусственного интеллекта, применяемых в ритейле, модной индустрии, фитнесе, медицине и других сферах .

Texel является резидентом Инновационного центра «Сколково» с 2016 года и активно привлекает инвестиции для развития своих технологий. Среди инвесторов компании — Фонд развития интернет-инициатив (ФРИИ), британский венчурный фонд Founders Factory и ритейлер Marks & Spencer .

Продукты Texel используются в 15 странах мира, включая Европу, США, Азию, Ближний Восток и Австралию. В облачном хранилище Texel Cloud каждые 20 секунд появляется новая 3D-фотография .

Организационная структура

Компания Texel была основана тремя соучредителями:

- Максим Федюков — Генеральный директор (CEO), кандидат физико-математических наук, отвечает за исследования и общее операционное управление.
- Андрей Посконин — Технический директор (CTO), отвечает за архитектуру, реализацию алгоритмов на основе ИИ, масштабирование и стабильность работы.
- Сергей Климентьев — Директор по развитию бизнеса (DBD), отвечает за стратегию, развитие бизнеса и продажи .

Ключевые направления деятельности компании:

- 3D-сканирование человека — Texel разработала инновационные устройства, такие как Texel Portal, которые позволяют за 30 секунд получить точную 3D-модель тела человека. Это оборудование используется в fashion-ритейле, медицине, фитнесе и развлечениях.
- Облачная платформа Texel Cloud — сервис для хранения, управления и обработки трёхмерных моделей. Пользователи могут быстро передавать 3D-данные в нужные системы, в том числе для виртуальных примерочных и онлайн-магазинов.
- Интеграция с ИИ и цифровыми двойниками — Texel активно использует алгоритмы искусственного интеллекта и машинного обучения для анализа

телосложения, генерации рекомендаций по размеру одежды и автоматизированного подбора гардероба.

- B2B- и B2C-решения — Texel создает как корпоративные продукты (для брендов, дизайнеров и производств), так и потребительские сервисы, такие как виртуальные примерочные, приложения для подбора одежды и цифровые сервисы для самодиагностики и фитнеса.
- Международное присутствие — Технологии Texel используются более чем в 15 странах мира. Компания участвует в крупных международных выставках и привлекает внимание как локальных, так и глобальных партнёров.
- Инновационная база — Компания является резидентом «Сколково», сотрудничает с научными учреждениями и инвесторами. Texel также входит в экосистему стартапов, развивающих цифровые технологии и искусственный интеллект.

Описание задания по проектной практике:

В рамках проектной практики я участвовала в разработке цифрового B2C-сервиса «Виртуальный стилист» для компании Texel. Основное задание заключалось в создании комплексной концепции приложения, способного предоставлять персонализированные рекомендации по стилю, гардеробу и покупкам. Работа велась в тесном взаимодействии с представителями компании и кураторами проекта, при этом каждому участнику команды была назначена своя профессиональная роль. Моя роль — Коммуникатор.

Мои задачи в рамках практики включали в себя следующее:

Организация коммуникаций внутри команды:

Я координировала информационные потоки между участниками, способствовала устранению барьеров в общении и созданию атмосферы открытости и взаимопонимания. Следила за тем, чтобы все члены команды были вовлечены в

процесс, своевременно получали необходимую информацию и могли вносить свой вклад в обсуждение.

Взаимодействие с заказчиком и внешними партнёрами:

Я поддерживала регулярную связь с представителями компании Texel, участвовала во встречах с кураторами, вникала в специфику их технологий и собирала обратную связь по промежуточным результатам.

Формирование отчётности и подготовка презентаций:

Я отвечала за подготовку промежуточных и итоговых отчётов о ходе работы, оформляла презентационные материалы для заказчика и внешних стейкхолдеров. Следила за тем, чтобы отчётность была структурированной, понятной и отражала реальные достижения команды.

Участие в формировании идеи и общей концепции проекта:

Я принимала активное участие в обсуждении ключевой идеи сервиса, возможных форматов реализации, моделей взаимодействия с пользователем и путей масштабирования продукта.

Информационно-аналитическая работа:

Проводила сбор и анализ информации, необходимой для обоснования проектных решений, изучала лучшие практики коммуникации в IT-проектах, анализировала потребности целевой аудитории и специфику взаимодействия с заказчиком.

Таким образом, моя роль коммуникатора охватывала не только организацию информационного обмена, но и стратегическое участие в формировании идеи, концепции и успешной реализации проекта. Я способствовала тому, чтобы

коммуникация внутри команды и с внешними участниками была прозрачной, конструктивной и способствовала достижению общих целей.

Описание достигнутых результатов по проектной практике:

В рамках проектной практики наша команда разработала полноценную концепцию цифрового продукта — «Виртуальный стилист», ориентированного на широкую аудиторию. Проект охватил несколько ключевых направлений: аналитику, технологии, визуальное оформление и стратегию развития. Благодаря слаженной работе всех участников и поддержке со стороны заказчика, мы достигли значимых результатов, соответствующих реальным бизнес-задачам.

В первую очередь был проведён детальный анализ целевой аудитории: изучены её потребности, поведение в цифровой среде и ожидания от fashion-сервисов. Это позволило точно определить, каким должен быть продукт, какие функции будут востребованы и как пользователи будут взаимодействовать с сервисом.

Далее команда описала структуру будущего приложения: сформулировала пользовательские сценарии, продумала логику интерфейса, определила основной функционал (рекомендации по стилю, подбор одежды с учётом фигуры и образа жизни, цветовые сочетания), а также предложила варианты персонализации на базе искусственного интеллекта.

Была проработана и техническая часть: предложена архитектура мобильного и веб-приложения, описаны механизмы загрузки изображений, а также интеграции с социальными сетями и маркетплейсами, что делает сервис максимально удобным и привычным для пользователей.

Визуальная составляющая включала создание дизайн-макетов, графических элементов, фирменного стиля и айдентики. Все решения были ориентированы на

современные тренды и соответствовали ожиданиям целевой аудитории — от молодёжи до модных пользователей.

Кроме того, мы предложили бизнес-модель монетизации сервиса: freemium-формат с платными функциями, подписки на персонализированные пакеты, партнёрские программы с брендами и инфлюэнсерами, а также подготовили маркетинговые материалы и питч-дек для презентаций инвесторам и партнёрам.

Я принимала активное участие на всех этапах проекта. В своей основной роли коммуникатора я отвечала за организацию эффективного обмена информацией внутри команды и с внешними участниками: координировала коммуникацию между всеми членами, поддерживала связь с заказчиком и партнёрами, обеспечивала прозрачность и своевременность передачи данных. Помимо этого, я участвовала в обсуждении ключевых идей, анализе аналогичных проектов, сборе информации для обоснования концепции и подготовке отчётных и презентационных материалов. Такой подход позволил не только наладить продуктивное взаимодействие в команде, но и обеспечить целостность, реализуемость и соответствие концепции сервиса требованиям бизнеса и пользователей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В рамках проектной практики была разработана рабочая концепция сервиса «Виртуальный стилист» для компании Texel, включающая детализированное техническое предложение, бизнес-модель и стратегию внедрения. Хотя полноценное приложение не было создано, проделанная работа имеет существенную ценность для заказчика по следующим направлениям:

1. Концептуальная проработка

- Определены функциональные требования к платформе (персонализация стиля, интеграция с магазинами, система рекомендаций на основе ИИ).

2. Техничко-экономическое обоснование

- Подробно проанализированы варианты монетизации: freemium-модель, партнерские программы с брендами, платные подписки.
- Оценены затраты на разработку и потенциальная ROI (окупаемость инвестиций).

3. Маркетинговая стратегия

- Предложен план продвижения, включая сотрудничество с инфлюэнсерами, таргетированную рекламу и PR-кампании.
- Подготовлены питч-материалы для привлечения инвесторов и партнеров.

4. Дорожная карта реализации

- Составлен поэтапный план разработки MVP (минимально жизнеспособного продукта) с учетом технических и ресурсных ограничений.
- Выявлены риски (конкуренция, адаптация ИИ) и предложены механизмы их минимизации.

Ценность для заказчика (Texel)

- Снижение затрат на старте: Готовая концепция позволяет избежать ошибок на этапе проектирования и ускорить запуск продукта.

- Готовность к разработке: Детальные ТЗ и прототипы интерфейсов экономят время и бюджет будущей разработки.
- Привлечение инвестиций: Проработанная бизнес-модель и маркетинговые материалы упрощают поиск финансирования.
- Конкурентное преимущество: Учет трендов (персонализация, интеграция с соцсетями) усиливает позиции Texel на рынке цифровой моды.

Заказчик может использовать материалы проекта для:

1. Поиска IT-подрядчика для создания MVP.
2. Тестирования гипотез на фокус-группах.
3. Запуска пилотных коллабораций с брендами.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Texel Graphics // О компании [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://texel.graphics/ru/about/> (дата обращения: 12.05.2025).