|  |
| --- |
| МИНОБРНАУКИ РОССИИ |
| Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования **«МИРЭА Российский технологический университет»**  **РТУ МИРЭА** |

**Институт информационных технологий (ИИТ)**

**Кафедра практической и прикладной информатики (ППИ)**

**ОТЧЕТ ПО ПРАКТИЧЕСКОЙ РАБОТЕ №1**

по дисциплине «Анализ и концептуальное моделирование систем»

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Студент группы ИНБО-01-17 | *ИКБО-50-23 Враженко Д.О.* | (подпись) | |  |
| Старший преподаватель | *Свищёв А.В.* | (подпись) | |  |
|  |  | |  | |

Москва 2025 г.

## Практическая работа №1.

## Описание функционала системы.

**Цель работы**: изучить структуру и функционал рассматриваемой информационной системы.

**Задачи**:

Необходимо детально описать функционал системы в соответствии с индивидуальным вариантом учебного проекта.

**Вариант индивидуального проекта**:

6. Моделирование организации оптового бизнеса.

## Основная часть

**1. Предварительная информация**

Проведен анализ существующих систем для управления оптовым бизнесом. Выявлены их ключевые функции и недостатки:

Таблица 1 - Функции и недостатки систем

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Система | Основные функции | Недостатки |
| 1С:Управление торговлей | Учет товаров, формирование прайсов, управление заказами, складской учет, отчетность по РСБУ. | Высокая сложность настройки, зависимость от локального ПО, требует регулярного обновления. |
| МойСклад | Управление остатками, онлайн-каталог, автоматизация закупок и продаж, интеграция с маркетплейсами. | Ограниченная аналитика, слабая поддержка сложных логистических схем. |
| Мегаплан | CRM, управление задачами, автоматизация документооборота, аналитика продаж. | Узкая специализация на CRM, недостаточная глубина складского учета. |

Вывод: Большинство систем покрывает базовые потребности оптового бизнеса, но имеют ограничения в гибкости, аналитике и интеграции с внешними сервисами.

**2. Описание объекта автоматизации**

Объект автоматизации — бизнес-процессы оптовой компании:

* + Управление товарным ассортиментом: Каталог товаров, ценообразование, акции и скидки.
  + Обработка заказов: Прием, формирование, отслеживание заказов.
  + Складской учет: Инвентаризация, управление остатками, логистика.
  + Взаимодействие с поставщиками: Закупки, планирование поставок.
  + Аналитика: Прогнозирование спроса, отчетность по продажам.
  + CRM: Управление клиентской базой, автоматизация рассылок.

**3. Основные функции системы**

Таблица 2 - Основные функции системы

|  |  |
| --- | --- |
| Наименование функции | Краткое описание |
| Управление каталогом товаров | Создание/редактирование позиций, категоризация, управление ценами и скидками. |
| Обработка заказов | Автоматическое формирование заказов, интеграция с платежными системами, отслеживание статусов. |
| Складской учет | Учет остатков, автоматическое списание при отгрузке, оповещения о низких запасах. |
| Планирование закупок | Анализ потребностей, автоматический расчет оптимального объема закупок, интеграция с поставщиками. |
| Аналитика и отчетность | Генерация отчетов по продажам, прибыли, топовым клиентам; прогнозирование спроса. |
| CRM-модуль | Учет контактов клиентов, история заказов, автоматизация email-рассылок и уведомлений. |
| Интеграция с логистикой | Синхронизация с транспортными компаниями для отслеживания доставки. |

**4. Ожидаемые результаты реализации системы**

1. Повышение эффективности процессов:
   * Сокращение времени обработки заказов на 30–40%.
   * Уменьшение ошибок в учете товаров на 50% за счет автоматизации.
2. Оптимизация запасов:
   * Снижение издержек на хранение на 20% благодаря аналитике спроса.
3. Улучшение клиентского сервиса:
   * Ускорение реакции на запросы клиентов (например, формирование коммерческих предложений за 10 минут).
4. Прозрачность данных:
   * Единая платформа для учета закупок, продаж и логистики.
5. Рост прибыли:
   * Увеличение повторных продаж на 15% за счет CRM-аналитики.

## Вывод

Разрабатываемая система позволит автоматизировать ключевые процессы оптового бизнеса, минимизировать ручной труд и повысить точность данных. Интеграция аналитики и CRM обеспечит конкурентное преимущество за счет персонализированного подхода к клиентам и гибкого управления ресурсами.