

**НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ЧАСТНОЕ** **УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ** **«МОСКОВСКИЙ ФИНАНСОВО-ПРОМЫШЛЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ** **«СИНЕРГИЯ»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Факультет/Институт** |  | Информационных технологий |
|  |  | (наименование факультета/ Института) |
| **Направление/специальность** |  | 09.03.02 Информационные системы и технологии |
| **подготовки:** |  | (код и наименование направления /специальности подготовки) |
| **Форма обучения:** |  | очная |
|  |  | (очная, очно-заочная, заочная) |
|  |  |  |

.

**Отчет по лабораторной работе №3**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **на тему** | |  | **Инструментальные средства моделирования** | | | | |
|  | | | | | |  | (наименование темы) |
|  |  | |  | | | | |
| **по дисциплине** | | | |  | **Организация структур данных в информационных системах** | | |
|  | | | | | |  | (наименование дисциплины) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Обучающийся** |  | *Кочетков Тимофей Игоревич* |  |  |
|  |  | (ФИО) |  | (подпись) |
| **Группа** |  | **ВБИо-201рсоб** |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Преподаватель** |  | **Сибирев Иван Валерьевич** |  |  |
|  |  | (ФИО) |  | (подпись) |

**Москва 2025 г.**

**План разработки архитектуры предприятия – Project Plan**

**Риски проекта – RISK**

| **RISK** | **DESCRIPTION** | **IMPACT** | **SEVERITY** | **PROBABILITY** | **LIKELIHOOD OF PRIOR DETECTION** | **MITIGATION APPROACH** | **PROPOSED SOLUTIONS** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1. Технические сбои в системе** | **Возможные сбои в работе серверов или программного обеспечения.** | **Задержка в выполнении проекта, потеря данных.** | **Высокая** | **Средняя** | **Регулярные проверки и мониторинг систем.** | **Создание резервных копий данных, использование облачных решений.** | **Внедрение системы мониторинга и оповещения о сбоях.** |
| **2. Нехватка квалифицированных кадров** | **Сложности с наймом специалистов нужной квалификации.** | **Задержка в разработке и внедрении технологий.** | **Средняя** | **Высокая** | **Анализ рынка труда, мониторинг вакансий.** | **Проведение активной рекрутинговой кампании, сотрудничество с учебными заведениями.** | **Создание программы стажировок для студентов и выпускников.** |
| **3. Изменение законодательства в области экологии** | **Внедрение новых норм и правил, касающихся экологических технологий.** | **Необходимость пересмотра проектов и решений, возможные штрафы.** | **Высокая** | **Низкая** | **Мониторинг изменений законодательства.** | **Создание юридической группы для анализа изменений и их влияния на бизнес.** | **Участие в ассоциациях и организациях по экологии для получения актуальной информации.** |

**Состояние разработки проекта - ACTUAL PROGRESS**

1. **TASKS DONE:**
   1. **Завершено исследование рынка.**
   2. **Разработан прототип нового продукта.**
   3. **Проведены первые семинары по устойчивому развитию.**
2. **TASKS CANCELED:**
   1. **Отмена участия в международной выставке из-за недостатка бюджета.**
3. **TASKS DELAYED:**
   1. **Запуск рекламной кампании отложен на месяц из-за необходимости доработки материалов.**
4. **TASKS ON HOLD:**
   1. **Разработка мобильного приложения для клиентов.**
5. **TASKS IN PROGRESS:**
   1. **Внедрение CRM-системы.**
   2. **Подбор персонала для отдела разработки.**

**Информация для проекта – INFORMATION**

1. **Анализ конкурентов на рынке экологических технологий.**
2. **Отзывы клиентов о текущих продуктах.**
3. **Технические требования к новым продуктам.**
4. **Данные о потенциальных партнерах и поставщиках.**
5. **Исследования по устойчивому развитию и экологии.**

**Цели проекта – GOALS**

1. **Разработать и внедрить новый продукт в течение года.**
2. **Увеличить клиентскую базу на 15% за год.**
3. **Повысить уровень удовлетворенности клиентов до 90%.**

**Требования к проекту – REQUIREMENTS**

1. **Продукты должны соответствовать современным экологическим стандартам.**
2. **Все системы должны быть интегрированы друг с другом.**
3. **Обеспечение безопасности данных клиентов.**

**Календарный план разработки проекта – SCHEDULE**

1. **Фаза 1: Исследование и анализ (1-3 месяц)**
   1. **Анализ рынка**
   2. **Исследование потребностей клиентов**
   3. **Оценка конкурентов**
2. **Фаза 2: Разработка продукта (4-8 месяц)**
   1. **Проектирование нового продукта**
   2. **Тестирование прототипа**
   3. **Подготовка к запуску**
3. **Фаза 3: Внедрение и маркетинг (9-12 месяц)**
   1. **Запуск рекламной кампании**
   2. **Обучение персонала**
   3. **Оценка результатов внедрения**

**Различные взгляды на проектирование архитектуры предприятия по технологии «Шесть шляп» – Six Thinking Hats**

1. **Белая шляпа (факты):**
   1. **Необходимость внедрения новых технологий для повышения конкурентоспособности.**
   2. **Данные о текущем состоянии рынка экологических технологий.**
2. **Красная шляпа (эмоции):**
   1. **Опасения сотрудников по поводу изменений в компании.**
   2. **Ожидания клиентов от новых продуктов.**
3. **Черная шляпа (критика):**
   1. **Риски, связанные с техническими сбоями и нехваткой кадров.**
   2. **Возможные проблемы с соблюдением законодательства.**
4. **Желтая шляпа (позитив):**
   1. **Потенциал роста компании на рынке экологических технологий.**
   2. **Возможность привлечения новых клиентов через инновационные решения.**
5. **Зеленая шляпа (креатив):**
   1. **Идеи по разработке уникальных продуктов, которые могут выделить компанию среди конкурентов.**
   2. **Возможности для партнерства с университетами для исследований.**
6. **Синяя шляпа (управление процессом):**
   1. **Необходимость четкого планирования всех этапов проекта.**
   2. **Регулярные встречи команды для обсуждения прогресса и проблем.**

**Маркетинговый план продвижения продукции – Marketing**

1. **Целевая аудитория:**
   1. **Средние и крупные предприятия из различных отраслей, заинтересованные в устойчивом развитии.**
2. **Стратегия продвижения:**
   1. **Использование онлайн-рекламы (социальные сети, контекстная реклама).**
   2. **Участие в выставках и конференциях по экологии.**
   3. **Проведение вебинаров и семинаров по устойчивым технологиям.**
3. **Каналы продаж:**
   1. **Прямые продажи через отдел продаж компании.**
   2. **Партнерские программы с другими компаниями в области экологии.**
4. **Бюджет:**
   1. **Определение бюджета на маркетинговые мероприятия, включая рекламу, участие в выставках и обучение персонала.**
5. **Оценка эффективности:**
   1. **Мониторинг продаж после запуска рекламной кампании.**
   2. **Опросы клиентов для оценки уровня удовлетворенности новыми продуктами.**

**Этот план поможет EcoTech Solutions эффективно управлять проектом по разработке архитектуры предприятия, минимизируя риски и достигая поставленных целей в установленные сроки.**