Для разработки моделей, описанных в вашем запросе, я предлагаю структурированный подход, который охватывает все необходимые элементы. Мы рассмотрим три основные части: план разработки архитектуры предприятия, различные взгляды на проектирование методом «Шесть шляп» и маркетинговый план продвижения продукции.

1. План разработки архитектуры предприятия (Project Plan)

Риски проекта (RISK)

• Риск 1: Нехватка ресурсов

• DESCRIPTION: Могут возникнуть трудности с наличием необходимых ресурсов (человеческих, технических) для выполнения проекта.

• IMPACT: Задержки в выполнении задач, увеличение сроков проекта.

• SEVERITY: Высокая. Риск влияет на сроки и бюджет.

• PROBABILITY: Средняя. Часто встречается в крупных проектах.

• LIKELIHOOD OF PRIOR DETECTION: Анализ потребностей в ресурсах и оценка текущих запасов.

• MITIGATION APPROACH: Планирование запасов ресурсов заранее.

• PROPOSED SOLUTIONS: Создание резервного пула ресурсов.

• Риск 2: Изменение требований заказчика

• DESCRIPTION: Заказчик может изменить требования к проекту после его начала.

• IMPACT: Увеличение объема работ и времени на их выполнение.

• SEVERITY: Средняя. Может влиять на бюджет.

• PROBABILITY: Высокая. Часто бывает в IT-проектах.

• LIKELIHOOD OF PRIOR DETECTION: Раннее вовлечение заказчика в процесс.

• MITIGATION APPROACH: Периодические встречи с заказчиком для уточнения требований.

• PROPOSED SOLUTIONS: Использование гибких методологий.

• Риск 3: Недостаток тестирования

• DESCRIPTION: Может быть недостаточно времени на тестирование всех функций системы.

• IMPACT: Ошибки и недоработки в итоговом продукте.

• SEVERITY: Высокая. Может повлиять на репутацию компании.

• PROBABILITY\*: Средняя. Часто возникает при сжатых сроках.

• LIKELIHOOD OF PRIOR DETECTION: Регулярные проверки этапов разработки.

• MITIGATION APPROACH: Использование автоматизированного тестирования.

• PROPOSED SOLUTIONS: Увеличение времени на тестирование в планах.

Состояние разработки проекта (ACTUAL PROGRESS)

• Выполненные задачи (TASKS DONE):

• Сбор требований у заказчика.

• Начало разработки модуля А.

• Отмененные задачи (TASKS CANCELED):

• Исследование альтернативных технологий (в связи с изменением направлений).

• Отложенные задачи (TASKS DELAYED):

• Реализация интерфейса.

• Задачи «на хранении» (TASKS ON HOLD):

• Анализ конкурентных продуктов.

• Выполняемые задачи (TASKS IN PROGRESS)

• Завершение модуля А.

Информация о проекте (INFORMATION)

1. Краткий бизнес-кейс.

2. Список участников проекта.

3. Обзор технологий, используемых в проекте.

4. Оптимизация процессов.

5. Система управления изменениями.

Цели проекта (GOALS)

1. Создание функционального программного обеспечения, отвечающего всем требованиям заказчика.

2. Увеличение производительности работы предприятия на 20%.

3. Обеспечение сервиса поддержки пользователей после запуска.

Требования к проекту (REQUIREMENTS)

1. Совместимость с существующими системами.

2. Удобный интерфейс для пользователей.

3. Высокая надежность и скорость обработки данных.

Календарный план разработки проекта (SCHEDULE)

1. Фаза 1: Исследование и анализ требований (1-2 месяц)

2. Фаза 2: Разработка основных модулей (3-4 месяц)

3. Фаза 3: Тестирование и внедрение (5-6 месяц)

2. Разные взгляды на проектирование архитектуры предприятия по технологии «Шесть шляп» (Six Thinking Hats)

• Белая шляпа (факты и информация):

• Какие данные и факты нам известны о архитектуре предприятия?

• Каковы текущие технологии и решения, используемые в компании?

• Красная шляпа (эмоции и интуиция):

• Как мы себя чувствуем по поводу проектирования новой архитектуры?

• Какие личные впечатления и опасения у членов команды?

• Черная шляпа (негатив):

• Какие потенциальные проблемы могут возникнуть в процессе проектирования?

• Почему проект может не сработать?

• Желтая шляпа (позитив):

• Какие преимущества принесет новая архитектура?

• Какое положительное воздействие она окажет на бизнес?

• Зеленая шляпа (креативность):

• Какие нестандартные решения можно предложить для улучшения архитектуры?

• Как можно инновировать текущие процессы?

• Синяя шляпа (управление процессом):

• Как организовать обсуждение вопросов?

• Какие действия следует предпринять для управления проектом?

3. Маркетинговый план продвижения продукции (Marketing)

• 1. Описание продукта:

• Включает детали о вашем продукте и его уникальности на рынке.

• 2. Целевая аудитория:

• Кто ваши потенциальные клиенты? Определите демографические и поведенческие характеристики.

• 3. Анализ конкурентов:

• Кто ваши основные конкуренты? Каковы их сильные и слабые стороны?

• 4. Стратегия продвижения:

• Используемые каналы маркетинга (онлайн, оффлайн), рекламные кампании и мероприятия.

• 5. Бюджет :

• Расходы на рекламу, PR, развитие бренда и маркетинговые исследования.

• 6. Оценка результатов:

• Как вы будете измерять успех? Установите ключевые показатели эффективности (KPI).