**ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ №3**

**Выполнил студент группы 204РСОБ**

**Курбанов Даниил**

**План разработки архитектуры предприятия – Project Plan**

**Риски проекта (RISK)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| RISK | Травматизация | Потеря финансов | Воровство |
| DESCRIPTION | Шанс получить производственную травму | Неокупаемость проекта | Лазейка в финансовом поле проекта |
| IMPACT | Упадок производства | Рост долгов компании | Потеря еще большего кол-ва финансов |
| SEVERITY | Высокий | Высокий | Средний |
| PROBABILITY | Средняя | Средняя | Средняя |
| LIKELIHOOD OF PRIOR DETECTION | Несоблюдение техники безопасности | Несоблюдение плана работы, а также выход за рамки срока выполнения | Некачественная система безопасности финансовых средств |
| MITIGATION APPROACH | Соблюдение техники безопасности | Укладываться в сроки выполнения, вкладывать больше времени в реализацию проекта | Уделить больше внимания системе безопасности финансов |
| PROPOSED SOLUTIONS | Поменять технику на менее травмоопасную | Обратиться к более квалифицированным специалистам | Использовать модели разработки с меньшим риском ошибок |

**Состояние разработки проекта (ACTUAL PROGRESS)**

Проект находится на стадии начального планирования и согласования ресурсов.

**Выполненные задачи (TASKS DONE)**

* Проведен анализ рынка и конкурентов.
* Оформлены документы для начала разработки архитектуры.

**Отмененные задачи (TASKS CANCELED)**

* Исследование ненадежных технологий (пришли к выводу о необходимости использовать проверенные решения).

**Отложенные задачи (TASKS DELAYED)**

* Обучение сотрудников новым технологиям (отложено до формирования полноценной команды).

**Задачи «на хранении» (TASKS ON HOLD)**

* Проведение семинаров по обучению клиентов (ждем завершения разработки продукта).

**Выполняемые задачи (TASKS IN PROGRESS)**

* Разработка документации по архитектуре предприятия.

**Информация для проекта (INFORMATION)**

1. Потребности клиентов в экологии.
2. Текущие тенденции в эко технологиях.
3. Исследование конкурентов и их предложений.
4. Данные о законодательстве в области экологии.
5. Анализ целевой аудитории.

**Цели проекта (GOALS)**

1. Разработать и внедрить архитектуру предприятия для эффективного оказания услуг.
2. Увеличить количество клиентов на 30% за год.
3. Создать функциональное программное обеспечение для мониторинга экологической устойчивости.

**Требования к проекту (REQUIREMENTS)**

1. Все системы должны соответствовать современным стандартам безопасности данных.
2. Необходимо интегрировать решения для анализа больших данных.
3. Проект должен быть завершен в срок до 12 месяцев.

**Календарный план разработки проекта (SCHEDULE)**

1. Фаза 1: Исследование и планирование (1-3 месяц)
   * Анализ потребностей рынка
   * Оценка текущего состояния инфраструктуры
2. Фаза 2: Разработка архитектуры (4-8 месяц)
   * Проектирование систем
   * Разработка документации
3. Фаза 3: Тестирование и внедрение (9-12 месяц)
   * Тестирование разрабатываемых систем
   * Внедрение решений в рабочие процессы

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

1. Белая шляпа (Факты):
   * На предприятии необходимо создать систему для анализа данных.
   * Выход на международный рынок требует соответствующих сертификатов.
2. Красная шляпа (Чувства):
   * Страх перед неизвестностью в новых технологиях.
   * Уверенность в квалификации команды.
3. Черная шляпа (Критика):
   * Высокие расходы на внедрение системы могут повлиять на бюджет.
   * Возможные технические сбои и их последствия.
4. Желтая шляпа (Польза):
   * Улучшение экологии в регионе.
   * Увеличение конкурентоспособности компании.
5. Зеленая шляпа (Креативность):
   * Разработка уникальных решений для мониторинга экосистемы.
   * Внедрение инновационных технологий.
6. Синяя шляпа (Организация):
   * Нужно сформировать рабочую группу для проектирования архитектуры.
   * Регулярные проверки и обновления статуса проекта.

**Маркетинговый план продвижения продукции - Marketing**

**Анализ рынка:**

* Конкуренты и их предложения.
* Потребности целевой аудитории.

**Целевая аудитория:**

* Бизнесы, стремящиеся снизить углеродный след.
* Муниципалитеты, участвующие в экологических инициативах.

**Маркетинговые стратегии:**

* Социальные медиа: Продвижение через платформы, такие как Facebook, LinkedIn.
* Вебинары и обучающие семинары: Повышение осведомленности о продуктах и услугах.
* Участие в выставках: Презентация компании и продуктов широкой публике.

**Бюджет:**

* Расходы на рекламу и маркетинг.
* Запланированные затраты на мероприятия.

**Планирование рекламы:**

* Создание контента для социальных сетей.
* Запуск рекламной кампании на платформах Яндекс и социальных сетях.

**Оценка эффективности:**

* Анализ прибыли от новых клиентов.
* Мониторинг уровня осведомленности о бренде.