

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

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

.

**Отчет по лабораторной работе № 4**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **на тему** | |  | Концептуальные основы и подходы | | | | |
|  | | | | | |  | (наименование темы) |
|  |  | | к построению архитектуры предприятия | | | | |
| **по дисциплине** | | | |  | Инструментальные средства информационных систем | | |
|  | | | | | |  | (наименование дисциплины) |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Обучающийся** |  | Пеньков Игорь Сергеевич |  |  |
|  |  | (ФИО) |  | (подпись) |
| **Группа** |  | СлБИв-211рсоб |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Преподаватель** |  | Сибирев И.В. |  |  |
|  |  | (ФИО) |  | (подпись) |

**Москва 2024**

**Задание 1.**

**План разработки архитектуры предприятия – Project Plan**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Риск** | **Недостаток бюджета** | **Технические сбои** | **Изменение трендов** |
| **Описание (DESCRIPTION)** | Задержка финансирования или превышение запланированных затрат. | Отказ оборудования, утечка данных, проблемы с ПО для звукозаписи. | Резкий сдвиг музыкальных предпочтений аудитории до выхода продукта. |
| **Воздействие (IMPACT)** | Срыв сроков, ухудшение качества продукта, сокращение маркетинговых возможностей. | Простои, потеря данных, репутационные риски. | Снижение спроса, убытки, необходимость переработки проекта. |
| **Критичность (SEVERITY)** | Высокая | Критичная | Средняя |
| **Вероятность (PROBABILITY)** | Средняя | Низкая | Высокая |
| **Предпосылки обнаружения (LIKELIHOOD OF PRIOR DETECTION)** | Снижение ликвидности, задержки платежей подрядчикам. | Увеличение количества ошибок в системе, жалобы сотрудников. | Падение интереса в соцсетях, снижение предзаказов. |
| **Смягчение (MITIGATION APPROACH)** | Поиск инвесторов, оптимизация затрат. | Резервное копирование, IT-поддержка. | Гибкий план выпуска, мониторинг трендов. |
| **Предлагаемые решения (PROPOSED SOLUTIONS)** | Финансовый аудит, резервный фонд, краудфандинг. | Тестирование оборудования, дублирование серверов. | Анализ рынка, тестовые релизы, адаптация под ниши. |

**Состояние разработки проекта (Actual Progress)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Категория** | **Описание** |
| Выполнено (TASKS DONE) | Создание ТЗ, подбор команды, аренда студии, закупка базового оборудования. |
| Отменено (TASKS CANCELED) | Партнерство с устаревшей платформой дистрибуции (решили использовать современные сервисы). |
| Отложено (TASKS DELAYED) | Разработка мобильного приложения (перенесено на 2-й этап). |
| На хранении (TASKS ON HOLD) | Внедрение AI-мастеринга (ждем доработки алгоритмов). |
| В процессе (TASKS IN PROGRESS) | Запись первых треков, переговоры с лейблами, настройка CRM. |

**Информация для проекта (INFORMATION)**

1. Анализ рынка: спрос на независимую звукозапись растет.
2. Конкуренты: крупные лейблы доминируют, но ниша "indie"-музыки свободна.
3. Технологии: доступны облачные DAW (Digital Audio Workstation).
4. Партнеры: договоренности с дистрибьюторами (Spotify, Apple Music).
5. Юридические аспекты: оформление авторских прав через РАО.

**Цели проекта (GOALS)**

1. Запустить студию звукозаписи с современным оборудованием за 6 месяцев.
2. Подписать 10 перспективных исполнителей в первый год.
3. Выйти на окупаемость через 18 месяцев.

**Требования (REQUIREMENTS)**

* Совместимость с Pro Tools, FL Studio.
* Наличие звукоизоляции в студии.
* Поддержка 24/96 записи.
* Интеграция с платформами дистрибуции.

**Календарный план (SCHEDULE)**

| **Фаза** | **Срок** | **Детализация** |
| --- | --- | --- |
| **Подготовка** | 1-2 мес. | Аренда помещения, закупка оборудования, набор команды. |
| **Разработка** | 3-5 мес. | Тестирование студии, запись первых треков, настройка CRM. |
| **Запуск** | 6 мес. | Маркетинговая кампания, переговоры с исполнителями, первый релиз. |

**Задание 2.**

**Шесть шляп (Six Thinking Hats)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Шляпа** | **Мнение** |
| Белая (Факты) | Рынок требует качественной звукозаписи по доступной цене. |
| Красная (Эмоции) | Музыка вдохновляет, проект должен быть креативным. |
| Черная (Риски) | Высокая конкуренция может привести к убыткам. |
| Желтая (Оптимизм) | Уникальное оборудование привлечет клиентов. |
| Зеленая (Креатив) | Можно внедрить VR-экскурсии по студии для продвижения. |
| Синяя (Управление) | Нужен четкий план и контроль сроков. |

**Задание 3.**

**Маркетинговый план (Marketing)**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Канал продвижения** | **Действия** | **Бюджет (тыс. руб.)** |
| Соцсети (TikTok, Instagram, VK) | Публикация контента о процессе записи, сторис с артистами, рекламные интеграции. | 500 |
| Контент-маркетинг | Блог о звукозаписи, подкасты с продюсерами, гостевые статьи в музыкальных СМИ. | 200 |
| Партнерства и коллабы | Сотрудничество с музыкальными школами, участие в фестивалях, совместные релизы. | 300 |
| Таргетированная реклама | Продвижение среди музыкантов 18-35 лет (Яндекс.Директ, VK Ads, Google Ads). | 400 |
| Оффлайн-реклама | Размещение рекламы в клубах, музыкальных магазинах, радио. | 250 |
| SMM-продвижение | Запуск конкурсов, розыгрышей, взаимодействие с блогерами. | 350 |
| Email-рассылки | Письма студийным клиентам о новых услугах и акциях. | 100 |
| Итого бюджет: | 2 100 | |