****

**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** | |  | **Обработка информации в информационных системах** | | | | |
|  | | | | | |  | **(наименование темы)** |
|  |  | |  | | | | |
| **по дисциплине** | | | |  | **Инструментальные средства информационных систем** | | |
|  | | | | | |  | **(наименование дисциплины)** |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Обучающийся** |  | **Наяндин А.К** |  |  |
|  |  | **(ФИО)** |  | **(подпись)** |
| **Группа** |  | **СлБИв-211рсоб** |  |
|  |  |  |  |

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

**Москва 2024**

**1. План разработки архитектуры предприятия**

| **Элемент** | **Описание/Пример** |
| --- | --- |
| **Риски** | Нехватка ресурсов (низкая вероятность, высокое воздействие). Непонимание требований бизнеса (средняя вероятность, среднее воздействие). Технические сложности интеграции (высокая вероятность, среднее воздействие). |
| **Описание риска** | *Нехватка ресурсов:* Отсутствие нужных специалистов в команде. *Непонимание требований бизнеса:* Расхождение между ожиданиями бизнеса и реализацией. *Технические сложности интеграции:* Проблемы совместимости между системами. |
| **Воздействие** | *Нехватка ресурсов:* Задержка сроков проекта. *Непонимание требований бизнеса:* Несоответствие продукта потребностям бизнеса. *Технические сложности интеграции:* Проблемы в работе платформы. |
| **Критичность** | *Нехватка ресурсов:* Высокая. *Непонимание требований бизнеса:* Средняя. *Технические сложности интеграции:* Средняя. |
| **Вероятность** | *Нехватка ресурсов:* Низкая. *Непонимание требований бизнеса:* Средняя. *Технические сложности интеграции:* Высокая. |
| **Предпосылки обнаружения** | *Нехватка ресурсов:* Перегрузка команды, нехватка экспертов. *Непонимание требований бизнеса:* Изменения в требованиях, отсутствие четкой документации. *Технические сложности интеграции:* Недостаточная документация по API, разные версии систем. |
| **Смягчение подхода** | *Нехватка ресурсов:* Привлечение внешних консультантов, перераспределение задач. *Непонимание требований бизнеса:* Частые встречи с заказчиком, прототипирование. *Технические сложности интеграции:* Тестирование интеграции на ранних этапах. |
| **Предлагаемые решения** | *Нехватка ресурсов:* Заранее планировать ресурсы, привлекать внешних экспертов. *Непонимание требований бизнеса:* Разработка прототипов, проведение демо-версий. *Технические сложности интеграции:* Создание тестовой среды для интеграции, использование стандартизированных API. |
| **Состояние разработки** | *TASKS DONE:* Анализ требований, проектирование базы данных. *TASKS CANCELED:* Отказ от устаревшего фреймворка. *TASKS DELAYED:* Интеграция с WMS (отложена). *TASKS ON HOLD:* Мобильное приложение (ожидание бюджета). *TASKS IN PROGRESS:* Разработка API каталога товаров. |
| **Информация** | Контакты заинтересованных лиц, документация по существующим системам, доступ к тестовым средам, шаблоны документации, анализ рынка. |
| **Цели** | Увеличение онлайн-продаж, повышение удовлетворенности клиентов, снижение операционных расходов. |
| **Требования** | Высокая нагрузка, безопасность данных, интеграция с ERP/CRM, мультиязычность. |
| **Календарный план** | *Фаза 1:* Анализ (2 месяца). *Фаза 2:* Разработка (4 месяца). *Фаза 3:* Развертывание (2 месяца). |

**2. Six Thinking Hats (Шесть шляп мышления)**

* **Белая (Факты):** Текущие продажи X, NPS Y, время ответа Z.
* **Красная (Эмоции):** Надеемся на интуитивность, опасаемся интеграции, энтузиазм по поводу продаж.
* **Черная (Осторожность):** Проблемы интеграции, риски безопасности, масштабируемость.
* **Желтая (Оптимизм):** Увеличение продаж, лояльность, снижение расходов.
* **Зеленая (Креативность):** AI для рекомендаций, чат-бот, интеграция с соцсетями.
* **Синяя (Управление):** Обсудить шаги, учесть всех, определить роли.

**3. Маркетинг**

| **Элемент** | **Описание** |
| --- | --- |
| **Целевая аудитория** | Молодые люди, женщины, интересующиеся модой. |
| **Цели** | Привлечение, узнаваемость, лояльность, трафик, конверсия. |
| **Стратегия** | Многоканальный маркетинг (соцсети, реклама, email, контент). |
| **Тактика** | Привлекательный контент, SEO, email, статьи, сотрудничество. |
| **Бюджет** | Распределение по каналам (пример: соцсети 30%, реклама 25%). |
| **Метрики** | Посетители, конверсия, CAC, удержание, вовлеченность, рейтинг, ROMI. |