****

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

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

**Отчет по лабораторному практикуму № 4**

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Обучающийся** |  | Жанболотов Шумкарбек Кенешбекович |  |  |
|  |  | (ФИО) |  | (подпись) |
| **Группа** |  | ВБИв-301рсоб |  |
|  |  |  |  |

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

**Москва 2025 г.**

****

Лабораторный практикум № 4. Концептуальные основы и подходы к построению архитектуры предприятия

1. План разработки архитектуры предприятия (Project Plan)

1.1. Риски проекта

| № | RISK | DESCRIPTION | IMPACT | SEVERITY | PROBABILITY |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Недостаточные запасы товаров | Возможное отсутствие нужных товаров на складе из-за ошибок в планировании закупок | Задержки в доставке клиентам, потеря репутации | Высокая | Средняя |
| 2 | Кибератака на сайт | Возможность взлома сайта или утечки данных клиентов | Потеря доверия, штрафные санкции | Очень высокая | Низкая |
| 3 | Задержка доставки от поставщиков | Возможное нарушение логистики из-за проблем у поставщиков | Простои в производстве, снижение продаж | Средняя | Высокая |

1.2. Состояние разработки проекта (ACTUAL PROGRESS)

* **TASKS DONE:** Анализ текущего состояния бизнеса, разработка бизнес-модели, подбор программных средств для моделирования.
* **TASKS CANCELED:** Не было отмененных задач.
* **TASKS DELAYED:** Разработка детального календарного плана из-за задержек в сборе информации.
* **TASKS ON HOLD:** Вопросы по внедрению системы автоматизации.
* **TASKS IN PROGRESS:** Разработка схемы архитектуры, сбор данных по рискам.

1.3. Информация для проекта (INFORMATION)

1. Структура компании включает отдел продаж, маркетинга, логистики, производства.
2. Используемое программное обеспечение: ERP, CRM, системы управления запасами.
3. Рынок, конкуренты и основные поставщики.
4. Основные клиенты — частные лица и малый бизнес.
5. Текущий годовые показатели продаж и логистики.

1.4. Цели проекта (GOALS)

* Повысить эффективность управления запасами.
* Минимизировать риски задержек поставок.
* Усилить безопасность сайта и защиту данных клиентов.

1.5. Требования к проекту (REQUIREMENTS)

* Использовать современные системы автоматизации.
* Обеспечить безопасность информационных систем.
* Внедрить систему мониторинга рисков.
* Поддержка масштабируемости и гибкости архитектуры.
* Обеспечить интеграцию с маркетплейсами.

1.6. Календарный план (SCHEDULE)

| Фаза | Задачи | Время выполнения | Детали |
| --- | --- | --- | --- |
| I этап | Анализ текущего состояния, сбор требований | 1 месяц | Анализ бизнес-процессов, сбор данных о рисках |
| II этап | Разработка архитектуры, моделирование | 2 месяца | Создание схем архитектуры, подготовка документации |
| III этап | Внедрение системы автоматизации, тестирование | 3 месяца | Внедрение ERP, CRM, запуск системы мониторинга |

2. Взгляды на проектирование по технологии «Шесть шляп»

| Шляпа | Описание |
| --- | --- |
| Белая | Анализ фактов и данных по бизнесу: ассортимент, поставщики, клиенты, риски. |
| Красная | Эмоциональное восприятие: важность безопасности и надежности системы, уверенность в успехе. |
| Черная | Опасения и риски: возможные сбои в логистике, утечки данных, задержки в внедрении. |
| Желтая | Позитивные стороны: рост продаж, расширение рынка, повышение эффективности работы. |
| Зеленая | Креативные идеи: автоматизация процессов, внедрение новых технологий, создание собственной продукции. |
| Синяя | Контроль процесса: планирование, управление проектом, контроль выполнения задач. |

3. Маркетинговый план продвижения продукции

| Элемент | Описание |
| --- | --- |
| Цели маркетинга | Увеличение узнаваемости бренда, рост продаж, расширение клиентской базы. |
| Целевая аудитория | Частные лица, ремонтные компании, малый бизнес. |
| Основные инструменты | Контекстная реклама, SEO-оптимизация, социальные сети, рекламные кампании в маркетплейсах, участие в выставках. |
| Стратегия продвижения | Акцент на экологичность продукции, выгодные условия для оптовых клиентов, акции и скидки для постоянных клиентов. |
| Каналы распространения | Собственный сайт, маркетплейсы, офлайн-магазин. |
| KPI | Рост трафика на сайт, количество новых клиентов, объем продаж через маркетплейсы, уровень узнаваемости бренда. |