



Управление проектами

ПРОЕКТНЫЙ СЕМИНАР
ЧАСТЬ 6

Окружение проекта

Circumstances alter cases.

(Пословица)

В политике нет убеждений, есть обстоятельства.

(Шарль Морис де Талейран-Перигор)

Люди должны брать ответственность за свои действия и, так или иначе, принимать обстоятельства.

*(Клэй Дженсен,
«13 причин, почему»)*

Как полон день минут, так жизнь измен полна:

С грядущим прошлое не может здесь сравниться,

Лишь неизменна здесь Изменчивость одна.

*(«Mutability»|«Изменчивость»
P.B. Shelley|К. Бальмонт)*

Окружение проекта

— Окружение проекта (Project Environment) — среда проекта, порождающая совокупность внутренних и внешних сил, которые способствуют или мешают достижению целей проекта.

Управление заинтересованными лицами проекта

- ▶ «Владелец доли» (stakeholder)
- ▶ Заинтересованная сторона/причастная сторона
- ▶ Люди и организации, влияющие на проект

Варианты

Те, кто активно **вовлечен** в проект и работает в нем (проектная команда, спонсор, управляющий комитет, привлеченные сторонние компании и другие исполнители и т.д.)

Те, на чьи интересы может **повлиять** проект и кто будет пользоваться его результатами (заказчики, бизнес-партнеры, клиенты, и т.д.)

Те, кто в проект **не вовлечен**, но кто, в силу своего положения или профессиональной деятельности, может на него влиять (руководство факультета, студсовет, руководитель образовательной программы и пр.)

Ключевые вопросы

- ▶ Кто является участником моего проекта?
- ▶ Каковы цели/интересы каждого участника?
- ▶ Кто поддерживает проект, а кто препятствует его реализации?
- ▶ Кто имеет сильное влияние на проект?

Алгоритм управления

1. Выявление заинтересованных сторон
2. Выявление интересов стейкхолдеров
3. Оценка их влияния/отношения
4. Ранжирование/приоретизация
5. План коммуникации и взаимодействия
6. Реализация плана, контроль, анализ, внесение изменений
7. Подведение итогов...
8. Выявление заинтересованных сторон

Алгоритм управления



Анализ заинтересованных лиц

- ▶ Чьи действия могут помешать достижению целей проекта?
- ▶ Кто больше всего заинтересован в выполнении данного проекта?
- ▶ Существовал ли подобный проект ранее? Если да, то был ли он успешным?
- ▶ Все ли отделы должны принимать участие в этом проекте?
- ▶ Какие вопросы, блоки вопросов необходимо будет решить в ходе проекта?
- ▶ Кто лучше всего разбирается в данных и способен самостоятельно их обработать?

Оценка влияния и важности заинтересованных лиц

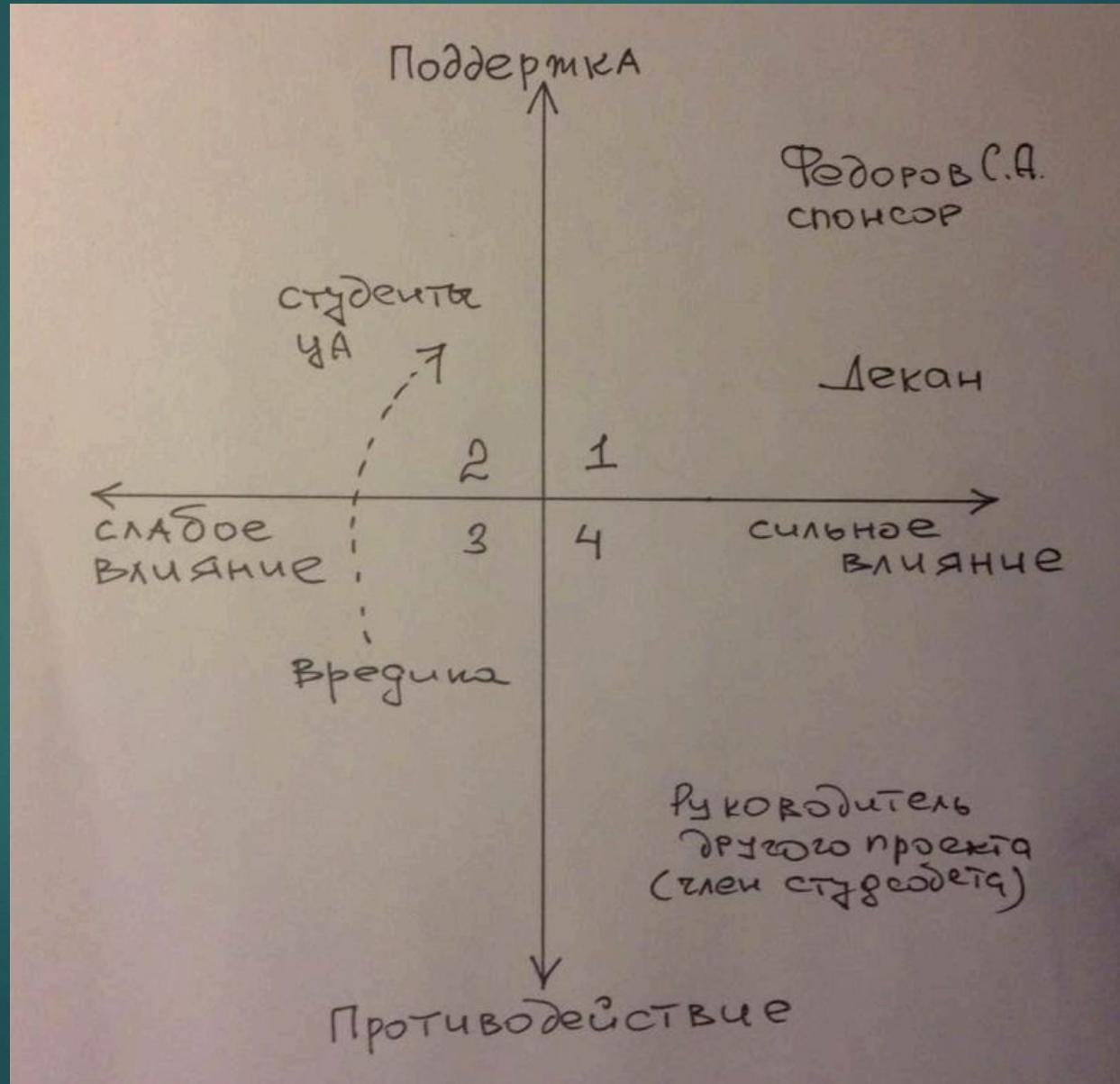
Влияние – это сила стейкхолдера в управлении проектом. К влиянию относят возможность стейкхолдера влиять на уровень привлечения средств и участие в бюджетировании проекта; влияние на людей, принимающих решения по ключевым вопросам в ходе проекта.

Важность — это вклад стейкхолдера в результат проекта. Определяется тем, насколько удовлетворение потребностей, решение проблем и интересов каждого стейкхолдера может повлиять на результат проекта.

Оценка влияния и важности



Оценка влияния и важности



Оценка влияния и важности

Квадрант 1 — спонсоры, команда проекта, заказчики, руководство факультета. Находятся те, кто приносит в нашу жизнь радость и спокойствие. Прежде всего, это спонсор. Стратегия работы с этим квадрантом — «активно управлять и не упустить!».

Квадрант 2 — те, кто рад вашему проекту, но не имеет на него большого влияния. Студенты? Основная стратегия работы с этим квадрантом — «держат в курсе и в тонусе!».

Квадрант 3 — слабые противники проекта. Их противодействие сильно, но влияние незначительно. Основное правило работы с этим квадрантом — «не пренебрегать!».

Квадрант 4 — опасные враги проекта. Стратегия работы с квадрантом 4 — «быть готовым к опасности и опережать!».

Конкуренты — окружение проекта

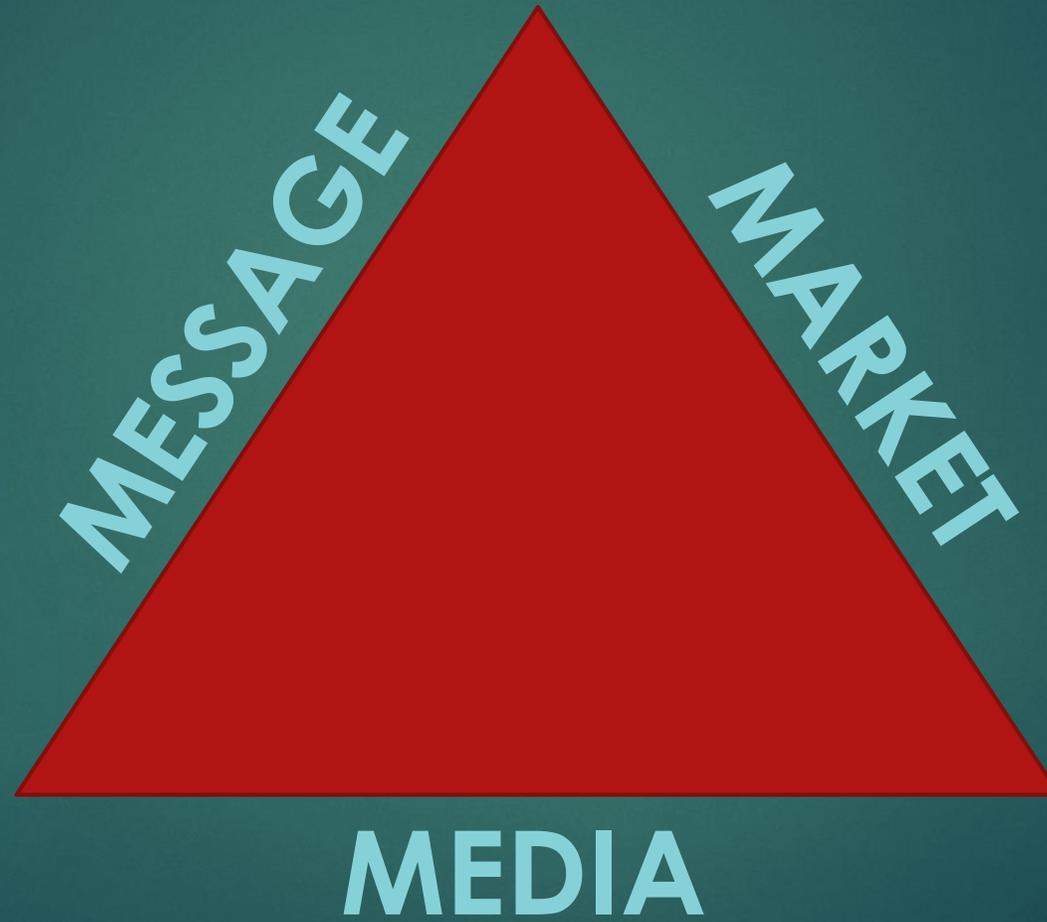
Борьба за:

- ▶ ресурсы
- ▶ идеи
- ▶ целевую аудиторию

Стратегия и тактика продвижения

- ▶ определение потока (где?)
- ▶ определение каналов (как?)
- ▶ message (посыл)
- ▶ упаковка
- ▶ медиаплан (комплексное решение)
- ▶ бюджет

MMM



Задание

**Разработка стратегии продвижения
проекта.**