

Управление проектами

Что такое проект

Проект – предприятие, часто ограниченное во времени и предполагающее получение конкретного результата.

(от англ. *project* — то, что задумывается и планируется).

Ограниченное во времени предприятие, целью которого является создание уникального продукта или услуги или получение принципиально новых результатов

<https://4brain.ru/project>

Классификация проектов:

По масштабу:

Микро- - индивидуальные инициативы, узкая локализация (местные)

Малые – небольшие капиталовложения и трудозатраты (до 10-15 млрд долл и 40-50 тыс. сотрудников)

Средние – продолжительностью 2-5 лет с затратами более 15 млрд. долл.

Мегапроекты - целевые программы, объединяющие в себе несколько проектов от одного до млрд. долл.

Классификация проектов:

По уровню участников:

Международные

Федеральные/национальные

Региональные

Территориальные

Муниципальные

Местные/локальные

Классификация проектов:

По способам финансирования:

Бюджетные (госбюджет)

Коммерческие

Социальные (благотворительные)

Спонсорские

Инвестиционные

Классификация проектов:

- По срокам реализации:
 - Краткосрочные (1 -2 года)
 - Среднесрочные (2-5 лет)
 - Долгосрочные (5- 10 – 15 лет)

Классификация проектов:

- По сфера деятельности:
- Финансовые
- Строительные
- Инжиниринговые
- Коммуникационные и т.п.

Ключевые точки проекта

- Сроки (сколько времени это займет)
- Затраты (сколько и каких ресурсов потребуется)
- Результат (что получится на выходе)

Сверхзадача проект-менеджера — найти оптимальное соотношение этих трех ограничений проекта

Планирование и реализация проекта

- сколько времени это займет;
- во сколько это обойдется;
- совпадет ли конечный результат с тем, что мы намечали вначале



**Прогнозирование,
Планирование,
Конструирование**

Объект и субъект проектной деятельности

- Субъект – лицо или организация, выполняющая проект и имеющая целью преобразование действительности.
- Объект – то, на что направлена деятельность субъекта. Это могут быть объекты материальной и нематериальной природы

Управление проектами. Основные аспекты

- Цель
- Задачи
- Средства
- Методы

Цель любого проекта — разработка определенного будущего состояния системы, процессов, отношений.

Средства — совокупность материальных и нематериальных (приемов и операций) «вещей и объектов» для достижения цели проекта.

Методы — это пути и способы достижения целей и решения задач. В практике проектирования наиболее часто используются такие методы, как мозговой штурм, экспертная оценка, метод аналогий, сетевое планирование, календарное планирование, структурная декомпозиция, имитационное моделирование, ресурсное планирование и т. д.

В рамках проекта методы и средства конкретизируются совокупностью планируемых мероприятий.

Управление проектами

- По сути это искусство доведения проекта до цели. А также учет и контроль ресурсов, выделенных для реализации проекта.

Управление проектами

- Методология, искусство организации, планирования, руководства, координации трудовых, финансовых, материально-технических ресурсов на протяжении всего проектного цикла, направленное на достижение его целей путем применения современных методов, техники и технологии управления для получения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта.

Задачи управления проектами:

- Сформулировать цели и обосновать их (проект)
- Прописать структуру проекта (подцели, основные этапы работ, которые предстоит выполнить);
- определить необходимый объем и источники финансирования;
- определить сроки выполнения проекта, составить график его реализации;
- подобрать исполнителей и сформировать команду проектантов;
- подготовить и заключить контракты с подрядчиками;
- рассчитать необходимые ресурсы (в т.ч. смету и бюджет проекта)
- планировать и учитывать риски;
- обеспечить контроль за ходом выполнения проекта и т.д.

Условия проектной деятельности или проектный фон

Условия внешней среды, в которых существует объект проектной деятельности:

Привычки потребительского поведения

Особенности целевой аудитории

Отношение к продуктам данной категории

Конкурентная среда

Рекламный бюджет и т.п.

Особенности коммуникационных и рекламных проектов

- С одной стороны (заказчика) они имеют целью преобразование другого объекта (продукта), например отношения и восприятия продукта
- С другой стороны (РА, исполнителя) являются самостоятельными завершенными проектами

Предпроектный анализ

- Проблемно-позиционный анализ сложившейся ситуации.
- Главная его цель — обоснование, доказательство необходимости, актуальности проекта.
- Экономический, статистический, маркетинговый, SWOT-анализ, комплексная диагностика.

Управление содержанием проекта. Формулировка концепции проекта

- **Управление замыслом проекта:**

- что вы хотите изменить в ситуации;
- в каком направлении вы хотите изменить описанную ситуацию;
- какова будет ситуация после ваших действий;
- что вы сделаете для изменения ситуации;
- почему вы считаете именно эти действия, эту стратегию и этот путь наиболее эффективными.

Итоговыми документами позиции являются Устав проекта и План управления проектом.

Критерии успеха и критерии неудач проекта

- **Основные типы критериев:**
- традиционные (в срок, в рамках бюджета, в соответствии со спецификацией);
- соответствие требованиям (ожиданиям) заказчика и пользователей;
- соответствие ожиданиям других участников.

Критические факторы успеха проекта

- миссия проекта, четкая постановка целей и границ проекта;
- поддержка со стороны высшего руководства;
- наличие и качество планов;
- учет требований заказчика;
- учет требований пользователей;
- наличие необходимых технологий;
- наличие квалифицированных исполнителей;
- эффективная система контроля;
- эффективные коммуникации;
- разрешение трудностей.

Правила построения целевой структуры:

- цели должны формулироваться предельно ясно, четко, однозначно;
- они должны быть независимы и несводимы друг к другу;
- цель более высокого уровня должна быть разбита не менее чем на две цели более низкого уровня;
- цели более низкого уровня в сумме должны давать цель более высокого уровня как по содержанию, так и по объему понятий;
- задачи должны быть сформулированы как конкретные распоряжения менеджмента, однозначно истолкованные и не оставляющие свободы для интерпретаций.

Способы постановки целей

- SMART

S Specific (Конкретный) что именно необходимо достигнуть.

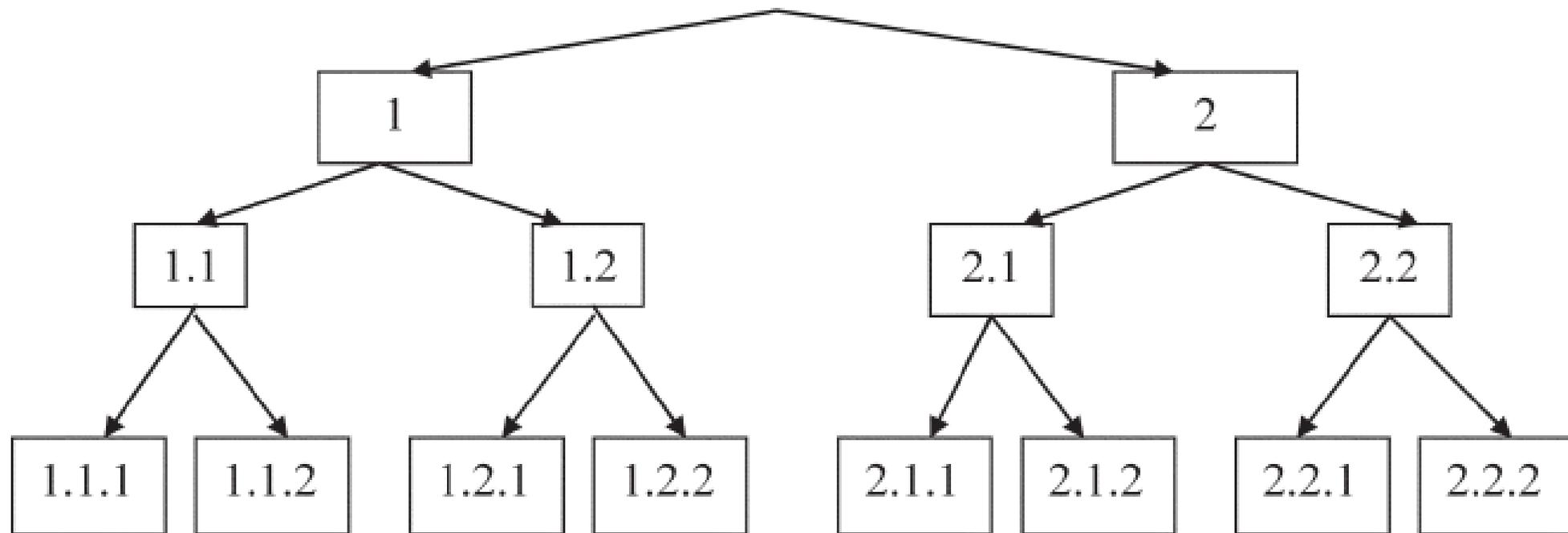
M Measurable (Измеримый) в чем будет измеряться результат

A Attainable, Achievable (Достижимый)

R Relevant (Актуальный) определение истинности цели

T Time-bound (Ограниченный во времени) когда?

Дерево целей



Дерево целей

- От общего к частному
- Первый уровень — уровень генеральной цели
- Второй уровень — это уровень общих целей
- Третий уровень — уровень специфических целей
- Четвертый уровень — уровень конкретных задач проекта