Реферат

ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Основы проектной деятельности ТЕМА: Определение идеи проекта. Образ продукта проекта

22.06.2020

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина»**

*Исполнители: Грибок Вероника, Плисковская Алла, Мальцев Дмитрий, Удовиченко Александр, Юмагулов Ильдар*

*Группа:* МО-101 / МЕН-192201

**Оглавление**

[Введение 3](#_Toc43577528)

[Что же такое проект? 4](#_Toc43577529)

[Зачем нужен проект? 5](#_Toc43577530)

[Проект начинается с идеи 5](#_Toc43577531)

[Оцениваем идею проекта 7](#_Toc43577532)

[Генерация идей 8](#_Toc43577533)

[Методы генерации идей. Основные методы 9](#_Toc43577534)

[Методы генерации идей. Другие методы 12](#_Toc43577535)

[Образ продукта проекта 15](#_Toc43577536)

[Заключение 17](#_Toc43577537)

# Введение

Каждый человек ежедневно встречается в своей жизни с проектной деятельностью: такими могут быть небольшие проекты, которые длятся от одного дня до недели (например, планирование и организация семейного праздника, встреча с одноклассниками), или крупные проекты, длинною в месяцы (например, подготовка своего диплома или выпуск книги) или даже годы (например, постройка жилого комплекса). Важная разница проектной деятельности от обычной– это уникальность по содержанию решаемых задач и получаемых результатов, и конечно ограниченные ресурсы.

Сейчас каждый человек должен понимать, что продукт, который кажется нам очень важным, уже завтра может быть вытеснен с рынка его более подходящим аналогом, про который мы можем даже не думать в данный момент времени. Это значит, что в жизни каждый человек приходит к осознанию того, что его деятельность должна быть изменена. Конечным итогом такой деятельности становится внедрение на рынок абсолютно новых продуктов или услуг. При этом человеку приходится действовать в условиях ограниченных ресурсов и неопределенности.

Потребность непрерывного поиска и мгновенного внедрения на рынок исключительных продуктов и услуг привела к быстрому развитию разных методов и принципов управления проектом. И эти методы стали более подходящими на данном этапе. Хотя знание основ управления еще не гарантирует успех в той или иной области, но вот практическое применение этих знаний входит в список важных качеств. На данный момент для человека вступать в активную жизнь без понимания сути проектной деятельности считается старомодно и даже опасно. Умение, знание и практика разработки и реализации проектов помогают добиться высот, пройдя через какие-либо проблемы. И тот человек, который развивает у себя качество эффективно управлять проектами, строит надежный фундамент своего успеха.

# Что же такое проект?

Пришло время ответить на этот вопрос. Проект  – это деятельность, направленная на решение какой-либо проблемы, и на получение результата, заранее выбранным эффективным способом. Сам проект может включать в себя: доклады, рефераты участников проекта, статьи в этой сфере.

У проекта есть определенные свойства, с помощью которых можно понять относиться ли данная деятельность к проекту. Перечислим эти характеристики:

* Уникальность. Уникальность – это состояние при котором, ваш проект не похож на что-то другое в сравнительном контексте.

Синоним этого слова особенность. Так вот особенность результата проекта означает, что в этом проекте есть нечто новое. То есть невозможно получить что-то уникальное, если вы просто скопируете что-то другое. Так как в каждом проекте есть что-то новое, то на этапе планирования нужно согласовывать даже мелкие детали, которые могут быть не важны.

* Второе – временность. Абсолютно любой проект должен иметь четкие рамки по времени; но если нет ограничений по времени, то деятельность называется операцией и может длиться хоть сколько.

Что же значит ограниченность по времени? Это значит, что у проекта есть конкретная дата начала, сроки выполнения, и дата завершения, но завершается проект после выполнения поставленных целей.

* И последние свойство: последовательная разработка – деление любого проекта на определенные шаги, выполняя которые можно добиться результата. Эти шаги обговариваются заранее на этапе разработке.

И несмотря на то, что результат проекта на рынке должен быть уникальным, рядом общих свойств он всё же обладает. Эти свойства такие как:

Весь проект выполняется [людьми](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D1%8E%D0%B4%D0%B8),

Доступность ресурсов ограничена,

Проект делится на три этапа: планирование, исполнение и управление.

# Зачем нужен проект?

Проект дает возможность реализовать задуманные планы и цели человеком. Каждый человек, который хочет приступить к созданию проекта должен спросить себя «кто я?», «что я хочу получить?», и «что я умею?».

Итоговый проект помогает человеку раскрыться в той или иной сфере. Ведь когда мы реализуем свои планы, у нас приходит осознание, что мы успешны и многое можем достичь.

Проект может служить итоговой аттестацией выпускников в вузах, или зачётная работа на каком-либо курсе. Для человека – это возможность максимального раскрытия своего творческого потенциала. Тут человек может проявить себя индивидуально или же в группе (если это групповой проект), понять свои силы и возможности, показать людям конечный результат своей деятельности. Это такая деятельность, которая направленная на решение вопроса, который задается самими участниками этого проекта.

# Проект начинается с идеи

Начало работы над проектом должно начинаться не с представления конкретного конечного результата, а с вопроса «как мы должны до этого дойти?». И только после этого можно переходить к образу конечного продукта, и не с одного, а нескольких продуктов, которые могут быть реализованы в рамках этой общей идеи. Всегда есть возможность неудачи, и если у вас будет несколько конечных продуктов. то есть надежда на то, что вы сможете реализовать вашу общую идею, сделать успешным проект в целом. Идея — не может быть про то, *что* вы собираетесь сделать. «Моя идея состоит в том, что я хочу сделать сайт.» это описание того, что вы хотите получить в конечном итоге, а идея - то, почему вы хотите это сделать.

Совет: брать простые жизненные примеры — жизненность идеи очень важна для успеха проекта. Огромное количество проектов умирает, потому что они удовлетворяют выдуманные их создателями потребности. Чем проще и жизненнее ваша идея, тем больше шансов на её успешную реализацию.

Очень важное свойство идеи — то, что она должна иметь несколько реализаций и возможность сделать абсолютно разные продукты.

Назовем важные характеристики идеи, которая «обречена на успех»:

1. **Низкая степень сомнительности**. Чем от более очевидного соображения вы будете отталкиваться, тем выше вероятность того, что получившийся в итоге продукт будет действительно нужен хоть кому-то. Если в самом начале пути идея сомнительно, то о каком конечном продукте речь.
2. **Множество способов ее реализации.** Можно придумать множество разных продуктов, но при этом оставаясь при одной и той же идеи. Тогда и не придется создавать новый проект.
3. **Жизненность.** Жизненность позволяет надеяться на то, что продукт, который вы будете делать в рамках этой идеи, решает не выдуманную вами задачу, а помогает решать то, с чем сталкивается большинство людей в реальной жизни.

Так же полезно обратить внимание на несколько вещей, которые тесно связаны с идеей.

У каждого продукта, как ни крути, есть свой жизненный цикл — через какое-то время потребность в данном конкретном продукте исчезает, так как изменяются технологии и связанные с ними инструменты удовлетворения желаний, способы решения человеческих задач. На этом этапе команде главное не опустить руки, а продолжить работу, не над этим продуктом уже, но оставаясь в рамках той же общей идеи, той же компании, решающей те же задачи, но с помощью новых инструментов.

И при поиске своей идее стоит обратить свое внимание еще на один пункт: идеи строятся на жизненных наблюдениях. И нужно следить за теми явлениями, которые только вступают в нашу жизнь, а не за теми, которые уже известны, и многие люди их реализуют, тогда у вас есть шанс стать первым в реализации этой идеи. Все мы понимаем, что чем меньше конкурентов – тем лучше, больше шансов победить.

Наличие идеи помогает при наличии конкурентов (а они будут всегда). И нужно оценивать шансы своих конкурентов, конкуренты – не те, кто создают такой же продукт, как у вас, а те, кто работает по той же идеи, и решают те же задачи. Они все равно являются конкурентами — потому что при решении своих задач покупатель может выбрать любое подходящее решение.

В итоге нужно хорошо подумать, прежде чем сделать продукт. Нужно спросить себя «Почему? Зачем? Как?» для того, чтоб идея была успешной. Простую, жизненную и похожую на правду — это позволит не кидаться из стороны в сторону, а планомерно перебирать разные варианты в поисках успешного.

# Оцениваем идею проекта

И теперь необходимо оценить идею проекта и решить стоит ли переходить к её реализации.

*Для этого нужно ответить на вопросы:*

1. *Есть ли конкуренты и кто они?*

Хорошо ли вы оценили своих конкурентов, их проект, деятельность и реализацию? Важно смотреть на тех, кто приходит к такому же продукту, как и вы, хотя метод реализации может быть разными.

Нужно оценить ваших конкурентов, и даже возможно что-то позаимствовать у них.

1. *Востребован ли ваш проект на данный момент?*

Отвечать на этот вопрос нужно честно, ведь если ваш продукт не востребован и не актуален, то ваш проект может считаться провальным. Это достаточно неприятная ситуация, поэтому нужно хорошо уметь анализировать потребности людей. В такой ситуации может оказаться, что проект должен ориентироваться на проявление проблемы и объяснение ее существования, и только после этого на решение.

*Актуальность поможет определить общение с потенциальные клиентами, которые будут пользоваться вашим продуктом.*

1. *Правильное ли время вы выбрали для проекта?*

Вопрос касается не только сезонности, но и готовности рынка или аудитории к вашему проекту, его продукту или услуге. Важно проанализировать все аспекты жизни. Потому что есть вероятность того, что идея хорошая, но сейчас не её время. Ведь не будете ли вы открывать прокат лыж летом.

1. *Для кого вы делаете проект? Кто его целевая аудитория?*

Люди, которые ориентированы на потребление вашего продукта и есть ваша целевая аудитория. Вам нужно точно знать для кого вы предоставляете продукт.

1. *Чем ваш проект будет отличаться от конкурентов?*

Все мы понимаем, что вероятность похожих продуктов на рынке велика, вам нужно конкретно понимать, чем ваш продукт эффективен. Вы можете придумать какую-то собственную деталь, которая будет отличать вас. Либо улучшить какой-либо аспект в вашем продукте.

# Генерация идей

Вообще, генерация идей – это сложный процесс, он является неотъемлемой частью практической и творческой деятельности людей. С их помощью создаются новые полезные объекты или уничтожаются вредные, а также дорабатываются и улучшаются уже существующие. Идеи помогают достичь поставленных целей на пути развития личности или целого коллектива.

Эффективным способом генерации идей является применение разнообразных методов организации групповой работы, имеющих целью нахождение решений обсуждаемой проблемы. При этом появляется возможность использовать не только свои умственные и творческие способности, но и способности коллег, таким образом, творческие потенциалы участников группы дают эффект синергии. Поговорим теперь непосредственно о способах «производства» идей проекта.

# Методы генерации идей. Основные методы

**1. Метод мозгового штурма**

Данный метод и по сей день является наиболее применяемым методом поиска решений в команде. Он позволяет за короткое время сгенерировать большое количество идей. Данный коллективный метод базируется на том, что что вместе, в коллективе, можно произвести бОльшее количество идей, неже-ли одному взятому человеку.

*Основные правила:*

«Мозговой штурм» проводится в 3 этапа:

1. Начальный этап или этап подготовки – участники формулируют проблему, собирают все необходимые данные, выбирают ведущего.
2. Генерация идей – на данном этапе происходит, непосредственно, придумывание идей, следуя следующими правилам:

* принимаются абсолютно все идеи, на данном этапе они не критикуются.
* идеи можно соединять воедино, дополнять.

**3.** Оценка идей – каждая из идей анализируется в отдельности, развивается и дополняется, группируются схожие идеи. Наиболее интересные идеи – оставляют , остальные – отбрасываются.

**2. Метод «Brainwriting»**

Данный метод является другим вариантом метода мозгового штурма с отличием в том, что здесь идеи записываются, а не обговариваются.

*Основные правила:*

1. Участники получают по одному листу бумаги, в котором нарисована таблица с тремя столбцами.
2. После сигнала каждый участник начинает записывать по 3 идеи в решении проблемы. Время ограничено пятью минутами.
3. Через 5 минут каждый участник передает свой листок бумаги другому участнику по кругу.
4. Начинается следующий раунд, во время которого каждый участник пишет еще 3 идеи на следующей строчке. Он может опираться на идеи, написанные другим участником, а может думать независимо от этого.
5. Проводится несколько раундов. Ограничений на количество раундов нет, но участники, в конечном счёте, сами понимают, когда нужно остановиться.
6. После генерации все идеи анализируются, убираются дублирующие. Проводится дальнейшее прорабатывание идей.

**3. Метод «Шесть шляп»**

Каждый участник друг за другом примеряет на себя одну из  *шести шляп*, которые олицетворяют различные взгляды на проблему и подходы к её решению. Суть состоит в том, чтобы направить свое мышление на решение одной конкретной проблемы, предоставив остальные аспекты другим участникам. Это помогает сконцентрироваться и облегчает процесс создания идей.

*Основные правила:*

1. *Синяя шляпа* – Уделяется внимание на обобщение полученного. Подведение итогов, анализ результатов.
2. *Белая шляпа* – Концентрация внимания на фактах, цифрах и объективной информации. Рациональное объяснение позиции, подсчёт вероятности успеха/неудачи..
3. *Красная шляпа* – соотносится с эмоциональным отношением к проблеме и возможным вариантам ее решения, а также позволяет включить интуицию.
4. *Черная шляпа* – анализ возможности неудачи, пессимистический взгляд на обсуждаемую задачу. Участники обсуждают ее негативные стороны и последствия, ищут слабые места.
5. *Желтая шляпа*– отвечает за оптимистическую сторону проблемы. Внимание на плюсах, вера и надежда в лучшее.
6. *Зеленая шляпа* – Концентрация на поиске креативных и оригинальных решений. Нестандартные методы решения задачи. **4. Метод Синектики**

Синектика базируется на генерировании идей с помощью активного использования аналогий/сопоставлений.  Метод подразумевает отказ от привычного мышления и развитие нового оригинального подхода, подключая к решению проблемы свои чувства, различные сопоставления и воспоминания.

*Основные правила:*

В процессе обсуждения проблемы участники ищут аналогии, которые можно отнести к 4 классам:

1. *Прямые аналогии*– Это поиск объектов, выполняющих схожую функцию или обладающих сходным строением, что и ключевое слово.
2. *Субъективные аналогии* – в этом случае мы «сами себя» ставим на место объекта, важно забыть о логике и максимально прислушаться к ощущениям. Мы должен «прочувствовать» всё на себе.
3. *Символические аналогии* – использование метафор и необычных определений обычных вещей, перенесение объекта в мир абстрактных понятий.  Например, автомобиль можно представить как «легкопередвигающаяся тяжесть».
4. *Фантастические аналогии* – Суть их заключается во введении фантастических существ или предметов, которые могут помочь в решении задачи. Это позволяет полностью раскрепоститься.

# Методы генерации идей. Другие методы

**1. Метод ментальных карт**

Ментальные карты – метод, направленный на визуализацию связей и активизацию ассоциативного мышления. Он позволяет лучше охватывать всю картину изучаемого вопроса и активизирует творческое мышление благодаря использованию графики.

*Как это делается?*

Нарисуйте (или напишите) образ проблемы в центре. На ветках, которые от него будут отходить – записывайте свои идеи. Включайте ассоциативное мышление, постепенно разворачивайте каждую ветку на более мелкие – это позволит вам детально проработать каждую новую мысль. Используйте рисунки, делайте карту разноцветной – для большей наглядности и задействования образного мышления.

**2. Метод фокальных объектов**

В поисках решения проблемы (фокального объекта, объекта, на котором находится фокус внимания) предлагается анализировать свойства совершенно случайных объектов, пытаясь найти в них источник идей для решения исходной проблемы. Другое название метода – метод случайных объектов.

*Как это делается?*

1. Выберите конкретный объект (он и будет назваться фокальным), который необходимо улучшить (например, внешний аккумулятор – Powerbank).
2. Произвольно выберите несколько предметов (яблоко, корабль, Яндекс, коробка).
3. Опишите свойства каждого предмета (например, яблоко – натуральное, сочное; корабль – военный, подводный; Яндекс – всезнающий; коробка – картонная, деревянная).
4. Переносите свойства на фокальный объект, включайте ассоциативное мышление и выбирайте самые сильные варианты (натуральный – можно сделать стильный корпус из дерева, военный, подводный – можно сделать его водонепроницаемым и противоударным, всезнающий – можно добавить удобный индикатор заряда).

**3. Метод морфологического ящика**

Суть метода заключается в разделении объекта на составляющие и поиск путей модификации для каждой из них в отдельности.

*Как это делается?*

1. Выберите предмет (процесс), с которым вы будете работать.
2. Разбейте его на ключевые элементы.
3. Придумайте как можно больше различных вариантов для каждого элемента.
4. Запишите все это в матричную таблицу.
5. Ищите в таблице новые комбинации элементов и их вариантов, чтобы создать нечто новое.

**4.** **Метод SCAMPER**

Если предыдущие техники позволяли максимально раскрепостить мышление, то SCAMPER задает ему определенное направление. Это позволяет выдать результат именно в тех случаях, когда свободное мышление не работает. В расширенном виде она представляет собой 60 вопросов и 200 ассоциативных слов.

*Как это делается?*

SCAMPER представляет собой аббревиатуру, которая обозначает 7 ключевых слов, стимулирующих креативное мышление:

1. *Substitue (Замещать)*– разбейте проблему на компоненты и отдельные процессы и подумайте, чем можно заменить каждый из них.
2. *Combine (Комбинировать)*– объединяйте части проблемы между собой и внешними предметами (или идеями), чтобы создать нечто новое.
3. *Adapt (Адаптировать)* – поразмыслите, как можно по другому использовать уже имеющиеся ресурсы и возможности для решения проблемы.
4. *Modify/Magnify (Модифицировать/Увеличивать)* – ищите, как можно видоизменить и улучшить существующие идеи или процессы, как можно поменять их интенсивность или значимость.
5. *Put to other uses (Найти другое применение)*– подумайте, для каких еще целей можно применить вашу идею.
6. *Eliminate (Устранить)* – упрощайте проблему, разделяйте ее на части и отбрасывайте то, чем можно пожертвовать.
7. *Rearrange (Переставлять, изменять порядок)* – что будет, если нарушить последовательность в вашей задаче? Перевернуть ее с ног на голову или перетасовать ключевые блоки?

**5. Метод «Инверсия»**

Метод используется в случаях, когда использование традиционного мышления заводит в тупик. Он заключается в поиске решений противоположной направленности. К примеру, вместо вопроса «*Как можно это улучшить?»* задаётся вопрос «*Как можно это испортить?».* Вместо «*Как повысить эффективность этого?»* — «*Как её понизить?»* и т.д. Считается, что человеческий мозг лучше работает с прямо поставленной задачей, не содержащей в себе отрицания. Поэтому вместо «*Как предотвратить поломку изделия?»* следует искать ответ на вопрос «*Как его сломать?»* и т.д. Таким образом, можно будет рассмотреть другие стороны объекта и искать решение проблемы, основываясь на полученных результатах.

## Образ продукта проекта

Одной из основ проектной деятельности является единое представление исполнения проекта и результата его выполнения. Единство представления продукта как внутри самой команды, так и у исполнителей заказчиком.

*Образ продукта –* это видение продукта над которым ведётся работа. Образ продукта описывает ожидаемый результат и его реализацию.

Образом продукта является документ, содержащий описание намеченного результата проекта, он обеспечивает общее представление о пути его достижения. Этот документ предоставляет качественное взаимодействие между коллективом проекта.

Образ продукта это основа для:

* заинтересованности участников
* контроля выполнения работ
* аргументации при презентации результатов выполнения проекта на финальном этапе

В основе образа продукта лежит его полная документированность. Без точного описания у принимающих участие в проекте людей могут сформироваться различные представления, тогда цель проекта станет трудно достижимой. Поэтому образ продукта должен быть сформирован ещё на начальных этапах развития проекта.

Основным методом создания образа продукта являются ответы на типовые вопросы формирующие краткое представление о продукте проекта.

Пример набора вопросов для создания образа продукта проекта:

1. Какой продукт должен стать результатом проекта?
2. Для какой целевой аудитории предназначается продукт?
3. Принесет ли продукт пользу? Нужно ли его разрабатывать?
4. Что является главными характеристиками продукта?
5. Есть ли аналоги продукта? В чём продукт превосходит аналоги?
6. Каковы бюджет и сроки выполнения реализации продукта?

С помощью образа продукта определяются предполагаемые результаты, устанавливаются границы проекта. Образ продукта используется для оценки: сроков, бюджета проекта, востребованности, ресурсов необходимых для выполнения. Для привлечения инвесторов.

Образ продукта полезен на начальном этапе проекта для создания унифицированного видения среди участников проекта. Также он будет полезен если начальник передаёт инициативу команде без конкретно описанных целей проекта. Так можно будет точно определить, что будет сделано, чтобы не было дальнейших разногласий.

Образ продукта не всегда бывает полезен, так если образ продукта будет описан формально, «Просто для того чтоб было», он будет только усложнять и запутывать не привнося понимания проект. Иногда он даже может быть вреден, к примеру когда образ продукта начинают разрабатывать к окончательному этапу проекта, как бы подгоняя его к получившемуся результату. Это не приносит пользы лишь впустую тратя время.

Бывает, что в процессе разработки проекта становится очевидно то, что он приведет не к тем результатам, которые планировались. И тогда исходя из ситуации проекта это может привести к закрытию проекта, изменению целей или для пересоздания проекта на основе текущих наработок.

# Заключение

Таким образом, мы выяснили, значение проекта и его функцию. Также мы поняли, что является фундаментом проекта, с чего он начинается. Выяснили основные концепции идеи проекта, генераций идей, вдобавок методы генераций идей. Не осталось без внимания и понятие образа проекта.

Повторим основные термины:

**Проект** – это деятельность, направленная на решение какой-либо проблемы, и на получение результата, заранее выбранным эффективным способом.

**Некоторые методы генерации идей проекта:**

* Метод мозгового штурма.
* Метод «Brainwriting».
* Метод «Шесть шляп».
* Метод Синектики.
* Метод ментальных карт.
* Метод фокальных объектов.
* Метод морфологического ящика.
* Метод SCAMPER.
* Метод «Инверсия».

**Образ продукта** – это видение продукта, над которым ведётся работа. Образ продукта описывает ожидаемый результат и его реализацию.

Теперь на данном этапе вы оснащены базовыми знаниями по проектной деятельности.

***Спасибо за внимание!***

**Источники**:

* [**https://openedu.ru/**](https://openedu.ru/)
* [**https://4brain.ru/**](https://4brain.ru/)
* [**https://gigabaza.ru/**](https://gigabaza.ru/)
* [**https://www.culturepartnership.eu/**](https://www.culturepartnership.eu/)
* [**http://www.startup.org.ua/**](http://www.startup.org.ua/)