

Контрольная работа №1

Винницкая Дина Сергеевна

1. Концепция SMART:

1. **Specific (Конкретная):** Цель должна быть четкой и ясной.
2. **Measurable (Измеримая):** Цель должна быть количественно измеримой.
3. **Achievable (Достижимая):** Цель должна быть реальной и достижимой.
4. **Relevant (Актуальная):** Цель должна быть значимой и полезной.
5. **Time-bound (Ограниченная по времени):** Цель должна иметь четкий временной срок.

2. Отличия между проектом и продуктом:

Проект — это временное предприятие с целью создания уникального продукта, услуги или результата. Проект имеет ограниченный срок и завершается, когда достигается цель или его закрывают.

Продукт — результат или конечное предложение, созданное для потребителей. Продукт развивается и улучшается постоянно или по мере появления новых требований.

Отличие заключается в том, что проект — это временная деятельность с целью создания уникального результата, имеющая ограниченный срок и завершающаяся по достижении цели или закрытии. Продукт, в свою очередь, является конечным предложением для потребителей, которое может постоянно развиваться и улучшаться в зависимости от новых требований и потребностей рынка.

3. PAM, TAM, SAM, SOM:

- **TAM (Total Addressable Market):** Общий объем рынка, включая всех возможных клиентов, которых можно обслужить.
- **SAM (Serviceable Available Market):** Часть TAM, которую может охватить компания с учетом ее возможностей и целевых клиентов.
- **SOM (Serviceable Obtainable Market):** Доля SAM, которую компания реально может завоевать с учетом конкуренции и ресурсов.
- **PAM (Potential Available Market):** Потенциальный рынок, который может быть доступен компании в случае расширения, выхода на новые сегменты или международного роста.

4. Факторы при выборе метрик продукта:

1. Цели продукта и его целевая аудитория.
2. Этап жизненного цикла продукта, а именно: выпуск, рост, зрелость, упадок.
3. Ключевые показатели эффективности, например, прибыльность, удержание пользователей.
4. Способность метрик отражать актуальные данные и результаты для анализа.

5. Отличия между паспортом и уставом проекта:

Паспорт проекта — короткий документ, который фиксирует основные сведения о проекте (цели, задачи, бюджет, сроки). Паспорт обычно создается на ранних стадиях планирования.

Устав проекта — более детализированный документ, который описывает цели, ресурсы, команду, риски, ожидаемые результаты и полномочия менеджера проекта. Устав проекта — это официальный старт проекта и основа для его реализации.

Отличие заключается в том, что паспорт проекта — это краткий документ, фиксирующий основные параметры проекта на ранних стадиях планирования, а устав проекта — это более детализированный документ, который описывает все аспекты проекта, включая цели, ресурсы и риски, и является официальным стартом проекта для его дальнейшей реализации.

6. Декомпозиция цели: Подготовка к экзамену

1. Определить список тем, по которым будут экзамены.
2. Создать план подготовки, включающий расписание занятий.
3. Собрать материалы (учебники, конспекты, дополнительные источники).
4. Организовать групповые обсуждения с одногруппниками.
5. Решить примеры экзаменационных вопросов.
6. Оценить знания, выполнив контрольные тесты перед экзаменом.

7. RACI:

- **Responsible (Ответственный):** Лицо, которое выполняет задачу или работу.
- **Accountable (Подотчетный):** Лицо, которое несет ответственность за конечный результат и принимает ключевые решения.
- **Consulted (Консультируемый):** Лица, которые оказывают консультации или предоставляют знания.
- **Informed (Информируемый):** Лица, которых необходимо держать в курсе прогресса и результатов работы.

8. MoSCoW:

1. **Must have:** Задачи, которые необходимо выполнить, они критичны для успеха.
2. **Should have:** Задачи, которые желательно выполнить, но не критичны.
3. **Could have:** Задачи, которые можно выполнить, если останутся ресурсы.
4. **Won't have:** Задачи, которые не будут выполнены в текущий период.

9. Три основных параметра проекта:

- **Цель:** чётко определенная задача, ради которой реализуется проект.
- **Сроки:** определенное время на завершение проекта.
- **Ресурсы:** люди, технологии, финансовые средства и материалы, необходимые для достижения цели.

10. Пример цели по SMART:

Цель: увеличить продажи онлайн-курсов по эскорту.

1. **Конкретная:** увеличить ежемесячный объем продаж курса "Основы эскорта и клиентского сервиса" на 20%.
2. **Измеримая:** отслеживать увеличение продаж на 20% через регулярные отчеты по продажам.
3. **Достижимая:** усилить маркетинговые кампании и предложить ограниченные скидки, чтобы стимулировать спрос и увеличить продажи.
4. **Актуальная:** цель имеет стратегическое значение для компании, так как способствует увеличению дохода и расширению аудитории курса.
5. **Ограниченная по времени:** достичь цели к концу текущего квартала.