|  |  |
| --- | --- |
| ДИСЦИПЛИНА | Создание программного обеспечения |
| ИНСТИТУТ | Институт перспективных технологий и индустриального программирования |
| КАФЕДРА | Кафедра индустриального программирования |
| ВИД УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА | Лекция |
| ПРЕПОДАВАТЕЛЬ | Макиевский Станислав Евгеньевич |
| СЕМЕСТР | 3 семестр, 2024-2025 гг. |

# 

## Лекция №3

## Технологии аналитики проекта. Профессия Аналитика

**Коммуникация и обратная связь в команде: как обеспечить открытый и эффективный обмен информацией. Развитие команды: поощрение сотрудничества, создание атмосферы доверия и укрепление связей. Что такое бизнес-цели и почему они важны для организации.**

**Коммуникация и обратная связь в команде**

1. Значение коммуникации в команде

Коммуникация - это основной строительный блок эффективной командной работы. Открытый и эффективный обмен информацией между членами команды способствует:

* Ясному пониманию целей и задач команды.
* Проактивному решению проблем и устранению конфликтов.
* Развитию доверия и укреплению связей между участниками.

2. Ключевые принципы эффективной коммуникации

Активное слушание: Уделяйте внимание каждому участнику, проявляйте интерес к его мнению и идеям.

Ясность и открытость: Формулируйте свои мысли четко и понятно, делитесь информацией и ожиданиями.

Использование различных каналов: Подбирайте подходящие средства коммуникации (личные встречи, электронная почта, чаты), чтобы обмениваться информацией.

3. Обратная связь для развития команды

Обратная связь - это процесс предоставления информации о производительности и поведении участников команды. Качественная обратная связь способствует:

Развитию профессиональных навыков и компетенций.

Содействию лучшему взаимодействию и сотрудничеству.

Повышению уровня мотивации и самосовершенствования.

Развитие команды

1. Поощрение сотрудничества

Тимбилдинг и командные мероприятия: Организуйте мероприятия для укрепления командного духа и сотрудничества.

Поддержка и взаимопомощь: Содействуйте коллективному решению проблем и достижению общих целей.

2. Создание атмосферы доверия

Проявление открытости: Поддерживайте честный диалог и открытые отношения между участниками команды.

Уважение и поддержка: Убеждайтесь, что каждый участник чувствует себя ценным и уважаемым.

3. Укрепление связей

Неформальное общение: Помимо работы, участники команды должны иметь возможность неформально общаться и лучше узнавать друг друга.

Общие интересы: Поощряйте обсуждение общих интересов и хобби, чтобы создать более тесные связи.

**Бизнес-цели и их роль для организации**

1. Что такое бизнес-цели?

Бизнес-цели - это конкретные и измеримые результаты, которые организация стремится достичь для успешной реализации своей миссии и развития. Они определяют общее направление деятельности и помогают выстраивать планы и стратегии.

2. Значение бизнес-целей

Ориентир для всей команды: Бизнес-цели дают команде общее видение и помогают сосредоточить усилия на достижении ключевых результатов.

Мотивация и вдохновение: Цели стимулируют участников команды на рост и развитие, поскольку они видят свои вклад в общую картину успеха.

Оценка прогресса: Бизнес-цели позволяют оценивать успехи и определить, какие корректировки необходимы для достижения желаемых результатов.

Коммуникация, обратная связь и развитие команды являются краеугольными камнями успешной работы организации. Постоянное развитие и поддержка команды в сочетании с определенными бизнес-целями позволяют достигать выдающихся результатов. Не забывайте о значимости каждого участника команды и их вклада в общий успех.

**Примеры типичных бизнес-целей различных компаний. Методологии разработки карты бизнес-целей. Важность выстраивания понятной и четкой структуры целей. Методы визуализации данных и их влияние на понимание информации.**

**Примеры типичных бизнес-целей различных компаний**

Увеличение выручки: Компании часто ставят цель увеличить доходы путем увеличения продаж, привлечения новых клиентов или разработки новых продуктов и услуг.

Снижение издержек: Одна из ключевых целей для компаний - сокращение расходов путем оптимизации процессов, улучшения эффективности производства или сокращения затрат на рекламу и маркетинг.

Развитие новых рынков: Компании, ищущие новые возможности для роста, могут ставить цель входа на новые рынки или расширения географического присутствия.

Повышение уровня удовлетворенности клиентов: Это может быть ключевой целью для компаний, которые стремятся удерживать существующих клиентов и привлекать новых через повышение качества обслуживания и продукции.

Улучшение уровня инноваций: Многие компании ставят перед собой задачу увеличения числа инноваций и новых идей для разработки продуктов и услуг.

**Методологии разработки карты бизнес-целей**

Карта бизнес-целей - это инструмент, который помогает структурировать и связать цели компании с ее стратегией. Ниже представлены основные шаги разработки карты бизнес-целей:

1. Определение миссии и стратегии компании: Цели должны быть согласованы с общим видением и стратегией компании.

2. Выбор ключевых областей: Определите основные области деятельности, в которых необходимо достичь успеха.

3. Формулировка SMART-целей: Цели должны быть конкретными, измеримыми, достижимыми, релевантными и ограниченными по времени.

4. Определение ключевых показателей результативности (KPI): Выберите показатели, которые позволят измерить прогресс в достижении каждой цели.

5. Установление приоритетов: Ранжируйте цели по важности и приоритетности для компании.

**Важность выстраивания понятной и четкой структуры целей**

Понятная и четкая структура целей играет ключевую роль в успешной реализации бизнес-стратегии компании:

Ориентир для команды: Четкие цели определяют общее направление и приоритеты работы для всех участников команды.

Мотивация и вовлеченность: Когда цели понятны и конкретны, сотрудники лучше понимают свою роль в достижении успеха компании и чувствуют себя более мотивированными.

Оценка прогресса: Четкие показатели и временные рамки позволяют более точно оценивать прогресс в достижении целей.

**Методы визуализации данных и их влияние на понимание информации**

Визуализация данных - это метод представления информации в графическом формате, что делает данные более понятными и улучшает их восприятие:

Диаграммы и графики: Графические диаграммы и графики помогают наглядно представить связи и тенденции между данными.

Инфографика: Инфографика сочетает текст и графику для более простого и понятного представления сложной информации.

Географические карты: Карты позволяют визуализировать данные по географическим регионам и выявлять места с наибольшим или наименьшим воздействием.

**Карта бизнес-целей**

Введение в карту бизнес-целей

Карта бизнес-целей - это визуальное представление ключевых стратегических целей и показателей результативности (KPI) организации. Она помогает компании определить, какие цели она хочет достичь, и как будет измерять свой прогресс.

Зачем нужна карта бизнес-целей

Ясное видение: Карта бизнес-целей помогает всем сотрудникам понять, куда движется компания и что нужно сделать для достижения успеха.

Связь стратегии и целей: Карта бизнес-целей помогает выстроить связь между общей стратегией компании и конкретными целями отделов и сотрудников.

Приоритеты: Карта бизнес-целей позволяет определить приоритеты и сконцентрировать усилия на наиболее важных задачах.

Этапы разработки карты бизнес-целей

Определение миссии и стратегии: Начните с четкого определения миссии компании и ее стратегических целей.

Выбор ключевых областей: Определите основные области деятельности, которые необходимо улучшить для достижения стратегических целей.

Формулировка SMART-целей: Сформулируйте каждую цель согласно принципу SMART - Specific (конкретная), Measurable (измеримая), Achievable (достижимая), Relevant (релевантная) и Time-bound (ограниченная по времени).

Выбор KPI: Определите ключевые показатели результативности, которые помогут измерить прогресс в достижении каждой цели.

Визуализация: Постройте графическую карту бизнес-целей, которая ясно представляет цели и связи между ними.

Пример карты бизнес-целей

Давайте рассмотрим пример карты бизнес-целей для вымышленной компании "ABC Corporation", занимающейся производством и продажей электроники:

Миссия: Поставлять инновационные и высококачественные электронные устройства для улучшения жизни клиентов.

Стратегические области:

* Увеличение доли рынка на 15% за следующие 3 года.
* Улучшение уровня удовлетворенности клиентов до 90% к концу текущего года.
* Снижение средних затрат на производство на 10% в течение следующего года.
* Развитие новой линейки продуктов для входа на новый рынок.

SMART-цели:

* Доля рынка: Увеличить долю рынка на 5% в текущем году путем расширения дистрибьюторской сети и интенсивной рекламной кампании.
* Удовлетворенность клиентов: Достичь уровня удовлетворенности клиентов на уровне 85% к концу квартала.
* Затраты на производство: Снизить средние затраты на производство на 5% за первые 6 месяцев следующего года через оптимизацию производственных процессов.
* Новая линейка продуктов: Запустить новую линейку продуктов на рынок до конца текущего года, предоставив минимум 3 модели с различными характеристиками.

KPI:

* Доля рынка: Процентное соотношение рыночной доли компании к общему объему рынка.
* Удовлетворенность клиентов: Процент клиентов, выразивших удовлетворенность продуктами и обслуживанием компании.
* Затраты на производство: Средние затраты на производство одного продукта.
* Новая линейка продуктов: Количество успешно запущенных новых продуктов на рынок.

Карта бизнес-целей является мощным инструментом для достижения успеха компании. Она помогает создать ясное видение, определить приоритеты и связать стратегию компании с ежедневной работой. Разработка карты бизнес-целей требует внимания и участия всех участников команды, чтобы обеспечить успешное достижение целей и общий рост компании.

Бизнес-цели играют ключевую роль в успехе компании, они являются ориентиром для команды и помогают добиться успеха в реализации стратегии. Визуализация данных позволяет лучше понимать информацию и принимать более обоснованные решения. Создание четкой структуры целей и применение методов визуализации данных позволяет компании более эффективно работать и достигать поставленных задач.

## ИСПОЛЬЗОВАННЫЕ ИСТОЧНИКИ

1. Л. Г. Гребиняк - "Как заставить стратегию работать: руководство эффективным исполнением и изменениями" - Wharton Digital Press, 2013, 264 страницы.
2. Роберт С. Каплан, Дэвид П. Нортон - "Организация, ориентированная на стратегию: как компании со сбалансированной системой показателей процветают в новой бизнес-среде" - издательство Harvard Business School Press, 2001, 480 страниц.
3. Джон М. Брайсон - "Стратегическое планирование для государственных и некоммерческих организаций: руководство по укреплению и поддержанию организационных достижений" - John Wiley & Sons, 2011, 400 страниц.
4. Р. Линч - "Корпоративная стратегия" - Прентис Холл, 2006, 896 страниц.
5. Роберт С. Каплан, Дэвид П. Нортон - "Стратегические карты: преобразование нематериальных активов в осязаемые результаты" - Harvard Business Review Press, 2004, 480 страниц.