

Departamentul Contabilitate, Informatică Economică și Statistică

Master: **Sisteme Informaționale pentru Afaceri,** anul I zi

An universitar 2023/2024, semestrul I

PROIECT DE ECHIPĂ

Shared Parking – parcari private, facute accesibile

Iasi, Romania

|  |  |
| --- | --- |
| Echipa (în ordinea contribuției la proiect): | Ponderea contribuției la proiect: |
| 1. Stafie Stefan | 32% |
| 1. Duma Cosmin | 33% |
| 1. Cozma Sebastian | 35% |
| Regula generală este de 3-4 membri în echipă, fără excepții. Este obligatoriu să se precizeze contribuția reală a fiecărui membru din echipă la elaborarea proiectului. Va fi o diferență de cel puțin 1% la între membri. | |

Copyright©Gabriela Mesnita

IAȘI 2023

**OBSERVAȚII IMPORTANTE**

* Se va citi și completa cu atenție formularul. Doar *exemplele* se vor șterge, păstrând integral conținutul formularului, inclusiv descrierile aferente fiecărei componente din structura lui.
* În cazul în care unele dintre informațiile sau anexele solicitate au fost omise și nu se încadrau în specificația "**dacă este cazul**", nota va fi diminuată cu punctajul alocat secțiunii respective, conform Grilei de evaluare. Omisiunile nu vor putea fi rectificate după predarea proiectului.
* Proiectul se va realiza conform cerințelor specificate în cadrul orelor de seminar alocate disciplinei și va avea obligatoriu pagină de cuprins.
* Proiectele vor aborda probleme și idei strict din domeniul specializării de Master, discutate la orele de seminar.
* Versiunea electronică a formularului va fi pusă la dispoziție pe portalul FEAA și/sau platforma de e-learning.
* Tuturor elementelor din prezentul formular le corespund explicații în Suportul de lucrări practice, încărcat, de asemenea, pe portal și/sau platforma de e-learning.

**CUPRINS**

[I. STABILIREA IDEII DE PROIECT PE BAZA UNEI PROBLEME SAU A UNEI OPORTUNITĂȚI ȘI STABILIREA FINANȚĂRII 4](#_Toc147082272)

[1.1 Definirea ideii proiectului plecând de la o problemă sau o oportunitate 4](#_Toc147082273)

[1.2 Prezentarea organizației unde se va implementa proiectul (solicitantul/ beneficiarul instituțional al finanțării) 4](#_Toc147082274)

[1.3 Descrierea sursei de finanțare pentru propunerea de proiect și a regulilor pentru aprobarea finanțării 4](#_Toc147082275)

[Se va alege doar una dintre cele 3 variante, a, b sau c, completând tabelul aferent. 4](#_Toc147082276)

[II. JUSTIFICAREA RELEVANȚEI PROPUNERII DE PROIECTdasddiasio 6](#_Toc147082277)

[2.1 Argumentarea propunerii de proiect 6](#_Toc147082278)

[2.2 Identificarea beneficiarilor direcți și/sau a grupurilor-țintă 8](#_Toc147082279)

[2.3 Stabilirea scopului proiectului (obiectivul general al proiectului) 8](#_Toc147082280)

[2.4 Identificarea obiectivelor proiectului (maxim 2 pagini) 8](#_Toc147082281)

[III. DESCOMPUNEREA PROIECTULUI PE ACTIVITĂȚI, PLANIFICAREA CALENDARISTICĂ ȘI STABILIREA ECHIPEI DE IMPLEMENTARE 9](#_Toc147082282)

[3.1 Identificarea jaloanelor proiectului și a livrabilelor asociate 9](#_Toc147082283)

[3.2 Stabilirea structurii de descompunere a proiectului, în format outline (schiță), și descrierea activităților 9](#_Toc147082284)

[3.3 Stabilirea structurii echipei proiectului și atribuirea responsabilităților pe activități 9](#_Toc147082285)

[3.4 Planificarea calendaristică a proiectului cu ajutorul diagramei Gantt 10](#_Toc147082286)

[IV. ESTIMAREA RESURSELOR ȘI ELABORAREA BUGETULUI PROIECTULUI 11](#_Toc147082287)

[4.1 Stablirea și estimarea resurselor necesare proiectului 11](#_Toc147082288)

[4.2 Elaborarea bugetului proiectului 11](#_Toc147082289)

[V. STABILIREA INDICATORILOR DE EVALUARE A REZULTATELOR PROIECTULUI ȘI IDENTIFICAREA POTENȚIALELOR RISCURI 12](#_Toc147082290)

[5.1 Stabilirea indicatorilor de evaluare și a surselor de verificare pentru indicatori 12](#_Toc147082291)

[5.2 Identificarea potențialelor riscuri 12](#_Toc147082292)

[5.3 Elaborarea matricei cadru logic a proiectului 13](#_Toc147082293)

[VI. BIBLIOGRAFIE 13](#_Toc147082294)

[Listă de verificare 13](#_Toc147082295)

[Grilă de evaluare 14](#_Toc147082296)

[Graficul responsabilităților pentru proiect 15](#_Toc147082297)

[Matricea cadru logic 16](#_Toc147082298)

# I. STABILIREA IDEII DE PROIECT PE BAZA UNEI PROBLEME SAU A UNEI OPORTUNITĂȚI ȘI STABILIREA FINANȚĂRII

## 1.1 Definirea ideii proiectului plecând de la o problemă sau o oportunitate

Problema sau oportunitatea identificată reprezintă punctul de plecare în elaborarea propunerii de proiect[[1]](#footnote-1). Se va prezenta, în maxim 2-3 fraze, o problemă care se dorește a fi rezolvată sau o oportunitate care poate fi exploatată (vezi suportul de lucrări practice). Se poate alege și una dintre problemele/oportunitățile de mai jos:

Ideea proiectului se concentrează pe abordarea problemei critice a lipsei locurilor de parcare în județul Iași, cu scopul de a dezvolta soluții eficiente pentru a facilita accesul la parcare în oraș și pentru a îmbunătăți gestionarea resurselor de parcare disponibile.

## 1.2 Prezentarea organizației unde se va implementa proiectul (solicitantul/ beneficiarul instituțional al finanțării)

Se va completa tabelul nr. 1.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** A nu se confunda beneficiarul finanțării cu beneficiarii proiectului (direcți sau grup țintă). Beneficiarul sau solicitantul finanțării este o **organizație cu personalitate juridică care face propunerea de proiect** și urmează să-l implementeze dacă este aprobat. |

Tabelul nr. 1 **Prezentarea organizației unde se va implementa proiectul**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Denumirea organizației (fundației/firmei/instituției etc.) | | Iasi Smart City/ IASI AI |
| Adresa organizației | | - |
| Natura organizației (instituție publică, organizație non-guvernamentală, firmă privată etc.) | | Organizatie non-guvernamentala |
| Obiect de activitate | Inovare digitală și tehnologie | |
| Misiunea organizației | Smart City este un concept inovator care, dincolo de explicațiile tehnice, definește orașul cu care locuitorii săi pot interacționa și care funcționează într-un mod inteligent. | |

## 1.3 Descrierea sursei de finanțare pentru propunerea de proiect și a regulilor pentru aprobarea finanțării

Se va alege doar una dintre cele 3 variante[[2]](#footnote-2), a, b sau c, completând tabelul aferent.

a. Dacă proiectul este conceput pentru a obține o **finanțare externă**, de tip nerambursabil, se vor specifica principalele aspecte în tabelul 2.a:

Tabelul nr. 2 a **Sursa de finanțare – finanțare externă, nerambursabilă**

|  |  |
| --- | --- |
| Programul de finanțare (denumire, link) | Programul de Granturi pentru Inovare în Tehnologie Smart City, https://iasismartcity.ro/ |
| Obiectivele[[3]](#footnote-3) și, eventual, prioritățile programului, vizate prin ideea de proiect | Obiectivele programului de finanțare sunt promovarea tehnologiilor smart city pentru îmbunătățirea calității vieții și eficienței urbane.  Prioritățile programului includ dezvoltarea de soluții inovatoare de shared parking pentru a reduce congestia traficului și pentru a spori accesibilitatea în oraș. |
| Categoriile de solicitanți eligibili | -administrații publice locale, ONG-uri, universități și companii private cu experiență în tehnologii smart city |
| Condițiile de eligibilitate a solicitantului | Solicitanții trebuie să demonstreze experiență anterioară în implementarea tehnologiilor smart city.  Proiectul trebuie să se concentreze pe dezvoltarea unei soluții de shared parking cu impact pozitiv asupra mobilității urbane. |
| Activități eligibile | Activități eligibile pentru finanțare pot include dezvoltarea și implementarea sistemului de management al parcajelor inteligente, instalarea senzorilor de parcare, dezvoltarea unei aplicații mobile pentru gestionarea parcajelor etc. |
| Categorii de cheltuieli eligibile[[4]](#footnote-4) | Categoriile de cheltuieli eligibile pot include achiziția de echipamente și tehnologie pentru parcare inteligentă, costurile de dezvoltare a software-ului, salariile personalului implicate în proiect, precum și costurile de marketing și sensibilizare a publicului. |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandare**: Se vor include informațiile necesare pentru a realiza **evaluarea** eligibilității proiectului propus, atât din punct de vedere al ideii, cât și al solicitantului, cu trimiterile bibliografice necesare. Informațiile găsite la finanțator se vor prelucra și sintetiza, astfel încât să se **evite copierea integrală a lor**. Se vor selecta doar cele mai relevante informații din punctul de vedere al ideii de proiect. Totul se va încadra în maxim o jumătate de pagină. |

SAU

b. Dacă proiectul este conceput pentru a fi aprobat de **conducerea unei organizații** în vederea finanțării din **venituri proprii**, atunci este necesar să se prezinte elementele din tabelul 2.b:

Tabelul nr. 2 b **Sursa de finanțare – finanțare din fonduri proprii ale organizației**

|  |  |
| --- | --- |
| Strategia organizației |  |
| Obiectivele[[5]](#footnote-5) pe termen lung ale organizației |  |
| Obiectivele pe termen scurt ale organizației |  |
| Regulile economice de finanțare a proiectelor practicate în organizație |  |
| Categorii de cheltuieli pentru care există restricții la nivelul organizației |  |

SAU

c. Dacă proiectul este conceput pentru a fi finanțat în urma unei campanii într-o **platformă de crowdfunding online**, atunci este necesar să se completeze tabelul 2.c:

Tabelul nr. 2 c **Sursa de finanțare – platformă crowdfunding**

|  |  |
| --- | --- |
| Platforma vizată |  |
| Regula de finanțare utilizată de platformă |  |
| Detalii despre campania de finanțare |  |
| Categoria în care se încadrează proiectul ales |  |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** Prezentarea **informațiilor generale privind ideea proiectului** se evaluează prin comparație cu detaliile ce vor fi incluse în celelalte capitole ale proiectului, din care trebuie să reiasă relevanța proiectului propus și eligibilitatea solicitantului/proiectului în raport cu cerințele finanțatorului. |

# II. JUSTIFICAREA RELEVANȚEI PROPUNERII DE PROIECT

## 2.1 Argumentarea propunerii de proiect

Răspundeți detaliat, în maxim 4 pagini, la următoarele întrebări:

1. **Care este problema de rezolvat sau oportunitatea apărută?**Se va relua problema/oportunitatea enunțată deja la punctul 1.1, fiind chiar prima frază cu care începe acest punct. Se vor prezenta cel puțin următoarele aspecte:
2. contextul în care a apărut problema/oportunitatea (detalii privind modul de derulare a activităților din organizație, în special a celor care au generat problema/oportunitatea sau care sunt afectate de către aceasta),

*Problema de rezolvat sau oportunitatea pentru proiectul de shared parking în județul Iași constă în dificultatea găsirii locurilor de parcare și subutilizarea acestor spații în oraș. Contextul în care a apărut această problemă și oportunitatea este următorul:*

*a.1. Contextul:*

*- Orașele din România, inclusiv Iași, se confruntă cu o creștere continuă a numărului de vehicule în circulație, ceea ce duce la congestie rutieră și la dificultăți în găsirea locurilor de parcare.*

*- Parcările existente în oraș nu sunt utilizate la capacitate maximă în anumite zone sau în anumite intervale de timp, în timp ce în alte momente pot fi suprasolicitate.*

*- Lanțurile de supermarket din Iași au spații de parcare care sunt în mare parte disponibile doar pentru clienții lor, lăsând în afara ecuației potențialii utilizatori din comunitatea locală care ar putea beneficia de aceste locuri.*

*Această situație creează o oportunitate de a dezvolta un serviciu de share parking care să permită cetățenilor din județul Iași să își pună locurile de parcare la dispoziție atunci când nu le utilizează, astfel încât aceste spații să poată fi folosite de alți șoferi în căutare de locuri de parcare. De asemenea, lanțurile de supermarket pot beneficia de o colaborare cu acest serviciu pentru a oferi locuri de parcare suplimentare, sporind astfel atractivitatea magazinelor lor.*

*Proiectul ar urma să rezolve această problemă și să valorifice această oportunitate prin intermediul unei platforme sau a unei aplicații care să faciliteze închirierea locurilor de parcare și administrarea acestora în mod eficient.*

1. mediul în care activează organizația (piață, concurență, parteneri, legislație etc., în funcție de tipul organizației),

*În dezvoltarea serviciului nostru de shared parking în județul Iași, organizația Iași Smart City/ IASI AI activează in domeniul tehnologiei.*

1. forma de manifestare a problemei/oportunității si momentul apariției ei (cum a fost identificată și de către cine, vechimea problemei/durata de valabilitate estimată a oportunității),

*Problema de rezolvat, legată de dificultatea găsirii locurilor de parcare și utilizarea inadecvată a acestor spații în orașul Iași, a fost identificată de-a lungul timpului de către șoferii locali, dar și de către proprietarii de locuri de parcare privată care au observat că resursele lor nu sunt utilizate eficient. Problema are o vechime semnificativă, datând de ani de zile, odată cu creșterea numărului de vehicule în oraș.*

*De-a lungul timpului, au fost încercate mai multe soluții pentru rezolvarea acestei probleme:*

*- Parcări publice: Au fost create noi parcări publice, dar acestea nu au reușit să facă față cererii tot mai mari de locuri de parcare. Aceasta este o măsură pe care autoritățile locale au luat-o pentru a gestiona problema, dar nu a fost suficientă.*

*- Zonare și reglementări locale: Unele zone ale orașului au impus reglementări specifice legate de parcare, dar acestea au fost adesea percepute ca fiind restrictive pentru rezidenți sau au determinat mutarea problemei în alte zone.*

*-Transport public: S-au făcut eforturi pentru încurajarea utilizării transportului public, dar acest lucru nu a eliminat nevoia de locuri de parcare pentru cei care sunt nevoiți să folosească vehicule personale.*

*-Inițiative individuale: Unii locuitori din Iași au încercat să închirieze locuri de parcare prin intermediul platformelor online, însă acest proces a fost adesea nestructurat și nesigur.*

*De-a lungul timpului, au apărut elemente noi care pot ajuta la rezolvarea problemei:*

*-Avans tehnologic: Tehnologia s-a dezvoltat semnificativ de-a lungul anilor, ceea ce face posibilă dezvoltarea unei platforme de shared parking eficiente și ușor de utilizat.*

*-Conștientizare crescută: Cetățenii sunt acum mai conștienți de importanța parcării partajate și sunt dispuși să împartă locurile de parcare cu alți șoferi pentru a rezolva problema comună a lipsei de spații de parcare.*

*Prin urmare, proiectul nostru de share parking vine ca o soluție actualizată și mai eficientă pentru o problemă persistentă și bine identificată din Iași.*

1. importanța și urgența soluționării problemei/valorificării oportunității,

*Problema lipsei de locuri de parcare în Iași este importantă deoarece afectează calitatea vieții și mobilitatea. Urgența derivă din congestia rutieră actuală și creșterea numărului de vehicule. De asemenea, există o oportunitate economică în colaborarea cu lanțurile de supermarket. Rezolvarea acestei probleme este esențială pentru îmbunătățirea orașului și a vieții locuitorilor.*

1. **Care sunt cauzele problemei sau factorii declanșatori ai oportunității?** Se va completa tabelul nr.3, în care se vor enumera și descrie cauzele/factorii prin analiza mediului, a contextului, a opiniilor, a datelor statistice relevante etc.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandare:** Cauzele pot fi folosite pentru identificarea scopului proiectului. |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va formula cel puțin câte o cauză/un factor, cu menționarea numelui studentului în dreptul fiecărei cauze/ fiecărui factor. |

Tabelul nr. 3 **Cauze ale problemei/factori declanșatori ai oportunității**

|  |  |
| --- | --- |
| **Descrierea detaliată a cauzelor problemei/factorilor declanșatori ai oportunității** | **Student responsabil** |
| *Numărul de autovehicule în Iași a crescut semnificativ în ultimii ani, ceea ce a dus la o cerere mai mare de locuri de parcare.* | *Duma Cosmin* |
| *Absența unei infrastructuri eficiente de partajare a locurilor de parcare a dus la o administrare dezorganizată și neeficientă a acestor spații.* | *Stafie Ștefan* |
| *Congestia rutieră cauzată de căutarea locurilor de parcare libere afectează mobilitatea și timpul petrecut în trafic.* | *Cozma Sebastian* |
| *Cetățenii și autoritățile au devenit mai conștienți de importanța mobilității sustenabile, inclusiv a parcării partajate, deschizând calea pentru astfel de inițiative.* | *Cozma Sebastian* |

1. **Care sunt efectele cuantificabile ale nerezolvării problemei sau neexploatării oportunității?** Pot fi luate în calcul, de exemplu: înrăutățirea unei situații, creșterea unor riscuri, generarea unor nevoi, înmulțirea situațiilor de nemulțumire în rândul angajaților, clienților/cetățenilor/elevilor etc., pierderi economice, risc de faliment, risc epidemiologic, creșterea dificultăților (lipsa echipamentelor, lipsa motivației, creșterea riscului de abandon școlar, creșterea riscului de sărăcie, creșterea riscurilor de îmbolnăvire etc.) cu care se confruntă un grup de persoane sau o comunitate etc. Se va completa tabelul nr. 4.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandări:** Efectele pot fi folosite pentru stabilirea obiectivelor, iar persoanele sau grupurile de persoane afectate de aceste efecte vor sta la baza identificării categoriilor de beneficiari ai proiectului. |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va formula și prezenta detaliat cel puțin câte un efect, cu menționarea numelui studentului în dreptul fiecărui efect. |

Tabelul nr. 4 **Efectele cuantificabile ale nerezolvării problemei sau neexploatării oportunității**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Descrierea detaliată a efectului identificat** | **Persoane/grupuri afectate** | **Student responsabil** |
| *Șoferii locali, navetiștii și șoferii de tranzit se confruntă zilnic cu dificultatea găsirii unui loc de parcare disponibil. Acest lucru duce la stres, pierdere de timp și perturbări ale programelor zilnice.* | *Șoferi locali și pendulari* | *Cozma Sebastian* |
| *Congestia rutieră crescută afectează grav mobilitatea orașului și crește timpul petrecut în trafic. Aceasta poate duce la riscuri suplimentare de accidente rutiere.* | Toți locuitorii din Iași. | *Cozma Sebastian* |
| *Șoferii se confruntă cu niveluri ridicate de stres și frustrare din cauza dificultății găsirii unui loc de parcare. Aceste emoții pot avea un impact negativ asupra sănătății mintale și a relațiilor personale.* | *Șoferi din Iași.* | *Stafie Ștefan* |
| *Căutarea locurilor de parcare duce la creșterea traficului și a emisiilor de gaze cu efect de seră, afectând calitatea aerului și sănătatea locuitorilor* | Toți locuitorii din Iași. | *Duma Cosmin* |

1. **Care sunt soluțiile posibile pentru rezolvarea problemei sau exploatarea oportunității? Care este cea mai fezabilă soluție pentru a fi implementată în contextul restricțiilor de timp, calitate și resurse disponibile și de ce (tabelul nr 5 este opțional)?**

Se vor descrie **cel puțin 2 soluții posibile:**

* în ce constă soluția (cum va rezolva problema)
* care este efortul de timp și de bani pe care îl presupune fiecare soluție
* cât rezolvă din problemă
* beneficiile/avantajele pe care le generează soluția

Se va specifica soluția aleasă și se va argumenta, ținând cont și de răspunsurile de la punctele anterioare și detaliind, dacă este cazul, elementele menționate în tabelul nr. 5.

În tabel, se vor argumenta soluțiile din punct de vedere al fezabilității tehnice, economice, de mediu, a rezultatelor.

Pentru rezolvarea problemei de parcare sau exploatarea oportunității în cadrul proiectului de shared parking în Iași, avem la dispoziție mai multe soluții. Voi prezenta două dintre acestea și voi argumenta care este cea mai fezabilă soluție:

**Soluția 1: Dezvoltarea unei platforme digitale de shared parking**

-Ce presupune soluția: Dezvoltarea unei platforme digitale sau a unei aplicații mobile care permite proprietarilor de locuri de parcare să le ofere spre închiriere, iar șoferii să le rezerve și să plătească online pentru utilizarea lor. Această platformă ar include funcționalități de localizare, rezervare și plăți online.

-Efort de timp și bani: Dezvoltarea și lansarea platformei digitale ar necesita o investiție semnificativă de timp și resurse financiare pentru dezvoltare, testare și promovare.

-Rezolvă din problemă: Această soluție ar rezolva problema lipsei de locuri de parcare prin facilitarea și gestionarea eficientă a parții disponibile.

-Beneficiile/avantajele:

- Simplificarea procesului de găsire și rezervare a locurilor de parcare.

- Creșterea eficienței utilizării spațiilor de parcare disponibile.

- Potențial pentru parteneriate cu lanțurile de supermarket pentru oferirea de locuri de parcare în colaborare.

- Contribuție la mobilitatea sustenabilă prin reducerea poluării și a timpului petrecut în trafic.

**Soluția 2: Implementarea de restricții de parcare și stimulente pentru parcarea partajată**

-Ce presupune soluția: Această soluție ar implica stabilirea de zone cu restricții de parcare în anumite zone ale orașului, încurajarea proprietarilor de locuri de parcare să le pună la dispoziție în schimbul unor stimulente financiare sau fiscale, și implementarea unor politici de parcare partajată la nivel local.

-Efort de timp și bani: Implementarea acestor politici ar necesita timp pentru planificare și coordonare, precum și resurse financiare pentru stimulentele acordate proprietarilor de locuri de parcare.

-Rezolvă din problemă: Această soluție ar contribui la creșterea numărului de locuri de parcare disponibile și la reducerea congestionării rutiere.

-Beneficiile/avantajele:

- Creșterea ofertei de locuri de parcare disponibile în oraș.

- Stimularea parcării partajate și a utilizării mai eficiente a locurilor de parcare.

- Reducerea poluării și a congestiei rutiere în oraș.

**Soluția aleasă: Dezvoltarea unei platforme digitale de shared parking**

Argumentarea pentru această soluție se bazează pe fezabilitatea tehnică și economică. Dezvoltarea unei platforme digitale ar permite gestionarea eficientă a locurilor de parcare existente, iar utilizarea tehnologiei digitale ar facilita procesul pentru utilizatori. Această soluție oferă un potențial mare pentru creșterea utilizării parcării partajate și contribuția la mobilitatea sustenabilă. Cu toate că necesită o investiție inițială semnificativă, avantajele pe termen lung, atât pentru utilizatori, cât și pentru mediul înconjurător, fac din aceasta cea mai fezabilă soluție în contextul restricțiilor de timp, calitate și resurse disponibile.

Tabelul nr. 5 **Soluțiile posibile și analiza fezabilității lor**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Elemente de analiză**  (se selectează cele care sunt relevante pentru domeniul proiectului) | **Soluția 1** | **Soluția 2** |
| Fezabilitatea economică (finanțare, resurse financiare proprii, profit generat, pierderi înregistrate etc.) | *- Dezvoltarea platformei digitale necesită o investiție inițială semnificativă pentru dezvoltare, testare și promovare. - Potențialul de profit este legat de succesul pe termen lung al platformei, care depinde de utilizatori și parteneriate.* | - Implementarea de restricții de parcare și stimulente implică costuri pentru stimulentele acordate proprietarilor de locuri de parcare. - Reducerea poluării și congestiei rutiere poate avea beneficii economice pe termen lung. |
| Fezabilitatea resurselor (resurse existente, resurse posibil de atras fără costuri suplimentare etc.) | - Resurse financiare proprii și/sau atragerea de investitori pot susține dezvoltarea platformei. - Posibilitatea de a atrage proprietari de locuri de parcare și parteneriate cu lanțurile de supermarket pentru resurse suplimentare. | - Atrage resurse financiare pentru stimulente din partea autorităților locale sau a altor surse. - Implicarea comunității locale în promovarea parcurilor partajate. |
| Fezabilitatea tehnică (soluție tehnologică testată pe piață, posibilitatea realizării interne a modelului de lucru, posibilitatea atragerii de experți pentru a lucra la proiect etc.) | - Dezvoltarea unei platforme digitale necesită expertiză tehnică pentru dezvoltare și menținere. - Existența tehnologiei și a platformelor similare pe piață confirmă fezabilitatea tehnologică a soluției. | - Implementarea restricțiilor de parcare și administrarea politicilor de parcare partajată necesită expertiză tehnică și logistică. - Fezabilitatea tehnologică este susținută de exemple de politici de parcare similare în alte orașe. |
| Fezabilitatea de mediu (grad de poluare, modificare habitat, necesitatea modificării anumitor zone geografice etc.) | - Dezvoltarea platformei digitale poate contribui la reducerea congestiei rutiere și, indirect, la scăderea emisiilor de gaze cu efect de seră. - Promovarea parcării partajate poate avea un impact pozitiv asupra mediului prin reducerea consumului de combustibil și a poluării. | - Implementarea politicilor de parcare partajată are potențialul de a reduce congestionarea rutieră, contribuind la reducerea poluării și îmbunătățirea calității aerului. |
| Fezabilitatea rezultatelor (capacitatea proiectului de a genera venit, de multiplicare sau eficientizare a unor rezultate anterioare) | - Succesul platformei digitale poate genera venituri din taxe de închiriere și poate duce la extinderea serviciului în alte orașe. - Potențialul de multiplicare a acestei soluții în alte comunități urbane este semnificativ. | - Implementarea politicilor de parcare partajată poate genera beneficii economice și sociale, inclusiv reducerea congestiei rutiere și îmbunătățirea mobilității. - Rezultatele pot servi drept model pentru alte orașe din România sau din afara țării. |
| Fezabilitatea timpului (capacitatea proiectului de a-si atinge scopul pe durata implementării sale, în timp util) | - Dezvoltarea platformei digitale poate dura câteva luni până la un an. - Lansarea și promovarea pot fi realizate în etape. | - Implementarea restricțiilor și a politicii de parcare partajată poate fi realizată într-un interval de timp mai scurt. - Rezultatele pot fi vizibile relativ repede |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandări:** Tabelul nr 5 este **opțional**. Pentru completarea lui, se va acorda 1 punct în plus. |

1. **Care sunt condițiile în care urmează să fie implementată soluția selectată?**

Se va descrie detaliat soluția și se vor prezenta următoarele aspecte:

* **condițiile interne din organizație** care pot **influența favorabil (pozitiv) și nefavorabil (negativ)** proiectul. Se vor prezenta elementele care există (sau nu) si care pot fi puse la dispoziția proiectului sau trebuie atrase, cum ar fi: resursele umane, infrastructura, spațiile, echipamentele, resursele financiare, expertiza managementului, experiențele anterioare în alte proiecte,
* **condițiile externe** care pot **afecta pozitiv și negativ proiectul**, urmărind în special: legislația, piața concurențială, piața tehnologică, trendurile domeniului etc. Cu alte cuvinte oportunitățile care pot fi folosite în favoarea proiectului, respectiv amenințările la care ar fi expus proiectul

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandări:** Condițiile interne favorabile (pozitive) pot fi folosite pentru stabilirea punctelor tari ale proiectului, iar cele nefavorabile (negative) pentru punctele slabe. Condițiile externe stau la baza identificării oportunităților și amenințărilor proiectului. |

*Pentru implementarea soluției alese, dezvoltarea unei platforme digitale de share parking, este esențial să se ia în considerare atât condițiile interne din organizație, cât și condițiile externe care pot influența favorabil sau nefavorabil proiectul. Iată o analiză detaliată a acestor condiții:*

***Condiții Interne Favorabile:***

***1.Resurse Umane:*** *Dispunerea de personal calificat în dezvoltarea și gestionarea platformelor digitale este o condiție crucială. Atragerea și păstrarea unui personal competent pentru dezvoltare, marketing și asistență tehnică sunt puncte tari pentru proiect.*

***2.Infrastructură Tehnologică****: Disponibilitatea de infrastructură tehnică pentru găzduirea și gestionarea platformei digitale este esențială. Asigurarea unor servere și tehnologie de securitate adecvată este crucială.*

***3.Resurse Financiare:*** *Există o nevoie de resurse financiare suficiente pentru a acoperi costurile de dezvoltare, marketing și operare inițiale ale platformei digitale. Aceste resurse pot proveni din investiții, parteneriate sau finanțări externe.*

***4.Experiență Anterioară:*** *Orice experiență anterioară în dezvoltarea și gestionarea platformelor digitale sau a proiectelor similare poate fi un avantaj. Experiența în domeniul parcărilor partajate sau a tehnologiei platformelor digitale poate contribui la succesul proiectului.*

***Condiții Interne Nefavorabile:***

***1.Lipsa Resurselor Umane Calificate:*** *Dificultățile în atragerea și menținerea personalului cu competențe tehnice și de dezvoltare pot fi un obstacol.*

***2.Limitări ale Infrastructurii Tehnice:*** *Dacă infrastructura tehnică existentă nu este adecvată sau necesită actualizări semnificative, acest lucru poate crea întârzieri și costuri suplimentare.*

***3.Resurse Financiare Limitate:*** *Dacă nu se reușește obținerea resurselor financiare necesare pentru dezvoltare și operare, proiectul poate fi afectat.*

***4.Lipsa Experienței Anterioare:*** *Lipsa unei experiențe anterioare în domeniul dezvoltării de platforme digitale sau în gestionarea proiectelor similare poate duce la învățarea din mers și pot apărea erori costisitoare.*

***Condiții Externe Favorabile:***

***1.Legislație Favorabilă:*** *O legislație care susține și reglementează activitățile de parcări partajate poate crea un mediu favorabil pentru proiect.*

***2.Cerere Mare pe Piață****: Dacă există o cerere semnificativă pentru locuri de parcare în Iași, acest lucru poate facilita adoptarea platformei digitale.*

***3.Tendințe Tehnologice Favorabile:*** *Tendințele în creștere ale utilizării tehnologiei mobile și a aplicațiilor pot sprijini adopția platformei digitale.*

***Condiții Externe Nefavorabile:***

***1.Concurența Puternică:*** *Prezența altor servicii de parcări partajate sau competiția cu alte soluții de mobilitate poate fi un obstacol.*

***2.Reglementări Restrictive:*** *Reglementările care pun restricții semnificative asupra activităților de parcări partajate pot limita dezvoltarea și operarea platformei.*

***3.Tendințe Negative în Mobilitate:*** *O schimbare a tendințelor de mobilitate, cum ar fi creșterea traficului sau reducerea interesului pentru parcări partajate, poate afecta proiectul.*

*Pentru a maximiza șansele de succes, proiectul ar trebui să profite de condițiile interne favorabile și să gestioneze cu atenție condițiile interne nefavorabile. De asemenea, trebuie să se adapteze la condițiile externe, să profite de oportunitățile și să abordeze amenințările în mod proactiv.*

## 2.2 Identificarea beneficiarilor direcți și/sau a grupurilor-țintă

Din argumentarea propunerii de proiect trebuie să rezulte categoriile de persoane care vor beneficia de propunerea de proiect. Asupra acestor categorii se vor concentra eforturile efectuate în timpul implementării proiectului (activități, resurse, rezultate). Vorbim despre una sau mai multe categorii de beneficiari direcți, din rândul cărora se **vor selecta grupurile țintă**, **dacă este cazul**. Se va completa tabelul nr. 6.

Tabelul nr. 6 **Beneficiari direcți și grupuri țintă**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nr. crt.** | **Categorii de beneficiari direcți** (dacă sunt identificate mai multe categorii) | **Estimare numerică** | **Descrierea beneficiarilor direcți: caracteristici socio-demografice, roluri/poziții/funcții deținute, particularități profesionale etc.** | **Stabilirea numărului de persoane din grupul(rile) țintă și a criteriilor de selecție a lor[[6]](#footnote-6)** | **Nevoi identificate și modul de rezolvare a acestora prin proiect** |
| **1** | **Șoferi locali din Iași** | Aproximativ 50,000 | Persoane care dețin autovehicule și caută soluții eficiente pentru parcarea urbană | Se vor selecta șoferi activi în comunitatea urbană din Iași, cu prioritate pentru cei care întâmpină dificultăți în găsirea locurilor de parcare. | Acces ușor și eficient la locuri de parcare prin intermediul platformei digitale. |
| **2** | **Proprietari de locuri private de parcare** | Aproximativ 1,000 | Persoane fizice sau juridice care dețin locuri de parcare disponibile pentru închiriere | Se vor selecta proprietari interesați să își valorifice locurile de parcare și să le pună la dispoziția comunității. | Generarea de venituri suplimentare pentru proprietari prin închirierea locurilor de parcare. |
| **3** | **Lanțuri de supermarket** | Aproximativ 10 | Lanțuri de supermarket interesate să ofere locuri de parcare convenabile clienților lor | Se vor selecta lanțuri de supermarket care doresc să sprijine soluții de mobilitate pentru clienții lor. | Creșterea atractivității lanțurilor de supermarket prin oferirea de locuri de parcare convenabile. |
| **n** |  |  |  |  |  |

## 2.3 Stabilirea scopului proiectului (obiectivul general al proiectului)*[[7]](#footnote-7)*

Va fi formulat scopul proiectului, având în vedere că el trebuie să fie clar exprimat, astfel încât să evidențieze: ce se poate rezolva din problema identificată, ce cauză a problemei poate fi eliminată sau ce parte a oportunității poate fi exploatată, ce nu poate fi rezolvat, respectiv cui se adresează proiectul.

**Scopul proiectului:**

Facilitarea parcării partajate între șoferii locali, proprietarii de locuri de parcare și lanțurile de supermarket din Iași.

## 2.4 Identificarea obiectivelor proiectului (maxim 2 pagini)

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va formula cel puțin câte 1 obiectiv pe termen lung și cel puțin câte 1 obiectiv pe termen scurt, cu menționarea numelui studentului în dreptul fiecărui obiectiv. Lista obiectivelor va fi completată/finalizată cu numărul de obiective necesare în funcție de nevoile proiectului, nu de numărul studenților!!!!! |

a) Se vor stabili **obiectivele pe termen mediu și lung ale proiectului (obiective strategice de dezvoltare)** (este necesar să existe corespondență cu motivarea proiectului din 2.1).

1. **Creșterea Numărului de Utilizatori și Locuri de Parcare Disponibile:**

Obiectivul constă în atragerea a minimum 20% din șoferii locali și 10% din proprietarii de locuri de parcare în prima fază a proiectului, extinzând ulterior această cifră.

Măsurarea se va realiza prin creșterea numărului de conturi create pe platformă și a locurilor de parcare disponibile. (Cozma Sebastian)

1. **Dezvoltarea unei Comunități Active de Utilizatori:**

Obiectivul este să se creeze o comunitate interactivă și implicată, cu cel puțin 60% dintre utilizatori participând la feedback, evaluări și propuneri de îmbunătățire a serviciului.

Măsurarea se va realiza prin monitorizarea implicării utilizatorilor pe platformă și prin analiza feedback-ului primit. (Stafie Stefan)

1. **Promovarea Mobilității Urbane Sustenabile:**

Obiectivul este de a reduce cu cel puțin 15% traficul în zona centrală a orașului Iași prin facilitarea parcării partajate și promovarea alternativei utilizării autovehiculelor personale.

Măsurarea se va realiza prin monitorizarea fluxului de trafic și a utilizării platformei de către utilizatorii care optează pentru soluții alternative de mobilitate. (Duma Cosmin)

1. **Consolidarea Parteneriatelor cu Lanțurile de Supermarket:**

Obiectivul este de a dezvolta parteneriate cu cel puțin trei lanțuri de supermarket majore, asigurând oferirea de locuri de parcare pentru clienții acestora.

Măsurarea se va realiza prin semnarea de acorduri și evaluarea gradului de implicare a lanțurilor de supermarket în proiect. (Stafie Stefan)

b) Se vor stabili **obiectivele pe termen scurt (specifice sau operaționale)** ale proiectului (va exista corespondență cu argumentarea de la 2.1).

1. **Lansarea Platformei Digitale:**

Obiectivul este de a lansa platforma în termen de 6 luni de la începerea proiectului, asigurând funcționalități de căutare, rezervare și plată online a locurilor de parcare.

Măsurarea se va realiza prin analiza implementării funcționalităților cheie și feedback-ul inițial al utilizatorilor. (Duma Cosmin)

1. **Încheierea Acordurilor cu Proprietarii de Locuri de Parcare:**

Obiectivul este de a atrage și încheia acorduri cu cel puțin 50 de proprietari de locuri de parcare în primele 3 luni ale proiectului.

Măsurarea se va realiza prin numărul de acorduri semnate și numărul de locuri de parcare disponibile pe platformă. (Duma Cosmin)

1. **Implementarea unei Campanii de Promovare:**

Obiectivul este de a dezvolta și implementa o campanie de promovare eficientă pentru a informa și a atrage utilizatorii în primele 2 luni ale proiectului.

Măsurarea se va realiza prin numărul de utilizatori noi și gradul de conștientizare crescut în rândul comunității. (Stafie Stefan)

1. **Analiza Inițială a Impactului Asupra Mobilității Urbane:**

Obiectivul este de a realiza o analiză inițială a datelor privind traficul și deplasările în zona centrală, pentru a evalua impactul proiectului în primele 4 luni ale implementării.

Măsurarea se va realiza prin analiza datelor de trafic și compararea cu datele anterioare. (Cozma Sebastian)

c) Se va justifica **relevanța obiectivelor în raport cu strategiile și prioritățile finanțatorului** (indiferent de forma de finanțare aleasă la 1.3).

* Obiectivele propuse sunt aliniate cu strategiile finanțatorului de dezvoltare urbană și promovare a mobilității sustenabile.
* Prioritățile finanțatorului, precum reducerea traficului în zonele aglomerate, îmbunătățirea eficienței utilizării spațiilor urbane și sprijinirea inovațiilor tehnologice, sunt reflectate în obiectivele proiectului.
* În atingerea acestor obiective, se promovează o abordare holistică a mobilității urbane, contribuind la soluționarea problemelor specifice identificate în orașul Iași.

# III. DESCOMPUNEREA PROIECTULUI PE ACTIVITĂȚI, PLANIFICAREA CALENDARISTICĂ ȘI STABILIREA ECHIPEI DE IMPLEMENTARE

## 3.1 Identificarea jaloanelor proiectului și a livrabilelor asociate

Pe baza scopului și/sau a obiectivelor pe termen scurt, în maxim 1 pagină, se vor formula **jaloanele/reperele proiectului**, văzute ca momente/evenimente importante de măsurare a progresului acestuia. Jaloanele vor sta la baza descompunerii proiectului în activități și subactivități, precum și la stabilirea indicatorilor de evaluare. Pentru fiecare jalon se vor identifica elementele livrabile asociate. Se va completa tabelul nr. 7.

Tabelul nr. 7 **Jaloanele și livrabilele proiectului**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Cod jalon** | **Jalonul** | **Livrabilele asociate jalonului** | **Student responsabil** |
| *J1* | *Lansarea Platformei* | *Livrabil A1: Dezvoltarea platformei digitale cu funcționalități de bază (căutare, rezervare, plată online).*  *Livrabil A2: Lansarea campaniei de promovare a platformei.* | *Duma Cosmin* |
| *J2* | *Parteneriate cu Proprietari* | *Livrabil B1: Identificarea și contactarea proprietarilor de locuri de parcare.*  *Livrabil B2: Încheierea acordurilor cu proprietarii selectați.*  *Livrabil B3: Implementarea sistemului de gestionare a locurilor de parcare pe platformă.*  *Livrabil B4: Integrarea locurilor de parcare pe platformă.* | *Duma Cosmin* |
| *J3* | *Lansarea Campaniei de Promovare* | *Livrabil C1: Dezvoltarea materialelor promoționale și strategiei de marketing.*  *Livrabil C2: Implementarea campaniei publicitare pe canalele de comunicare selectate.* | *Stafie Stefan* |
| *J4* | *Atragerea Utilizatorilor* | *Livrabil D1: Înregistrarea utilizatorilor pe platformă.*  *Livrabil D2: Evaluarea și optimizarea experienței utilizatorului pe platformă. Livrabil D3: Atingerea unui numar mare de utilizatori, la nivelul Iași.* | *Stafie Stefan* |
| *J5* | *Evaluarea Inițială a Impactului* | *Livrabil E1: Colectarea și analiza datelor de trafic urban.*  *Livrabil E2: Raportul inițial privind impactul proiectului asupra mobilității urbane.* | *Cozma Sebastian* |
| *J6* | *Consolidarea Parteneriatelor cu Lanțuri de Supermarket* | *Livrabil F1: Identificarea lanțurilor de supermarket partenere.*  *Livrabil F2: Negocierea și semnarea acordurilor de colaborare.* | *Cozma Sebastian* |
| *J7* | *Extinderea Platformei* | *Livrabil G1: Dezvoltarea și implementarea funcționalităților avansate ale platformei.*  *Livrabil G2: Lansarea campaniei de extindere și atragere a noi utilizatori.* | *Cozma Sebastian* |
| *J8* | *Monitorizarea Participării Comunității* | *Livrabil H1: Implementarea unui sistem de feedback și evaluare a comunității.*  *Livrabil H2: Analiza rezultatelor și adaptarea platformei în funcție de feedback-ul primit.* | *Cozma Sebastian* |
| *J9* | *Evaluarea Finală a Impactului* | *Livrabil I1: Colectarea datelor finale privind traficul și utilizarea platformei.*  *Livrabil I2: Raportul final privind impactul proiectului asupra mobilității urbane.* | *Cozma Sebastian* |

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va formula cel puțin câte 2 jaloane, cu livrabilele asociate, menționând numele studentului în dreptul fiecărui jalon. |

## 3.2 Stabilirea structurii de descompunere a proiectului, în format outline (schiță), și descrierea activităților

Proiectul, pe baza jaloanelor și livrabilelor, se va descompune pe activități/sub-activități. Acestea vor fi prezentate în maxim 8 pagini. Fiecare activitate se va descrie detaliat, prin prezentarea posibilelor soluții tehnice (unde este cazul), a eventualelor justificări economice pentru soluția selectată, a ipotezelor și contextului în care se vor derula. Descrierea se va face astfel încât să fie clar demersul pe care trebuie să îl parcurgă cei ce vor implementa proiectul. Activitățile se vor descompune în subactivități, respectând regulile din suportul de curs. Se va pune accent pe ipotezele în care urmează să se desfășoare activitățile, în funcție de care se selectează și modalitatea de desfășurare a lor. De asemenea, trebuie acordată o atenție sporită activităților de monitorizare și control, prin care se asigură că proiectul își atinge scopul. Se va stabili durata fiecărei subactivități sau a activităților ce nu sunt supuse descompunerii. Redarea structurii de descompunere va fi în format outline (vezi Suportul de curs).

**Jalonul 1: Lansarea Platformei (Duma Cosmin)**

* 1100 Planificarea Lansării (Durată: 4 săptămâni)

Echipa de proiect, sub coordonarea Managerului Proiectului și a Echipei de Evenimente și Comunicare, va elabora un plan detaliat pentru evenimentul de lansare a platformei. Acest plan va include cronologia, resursele necesare și responsabilitățile fiecărui membru al echipei.

* 1200 Dezvoltarea Platformei (Durată: 12 săptămâni)

Procesul de dezvoltare a platformei va fi gestionat de Echipa de Dezvoltare Software, sub supravegherea Arhitectului Sistemului. Acest proces cuprinde programarea, proiectarea interfeței și implementarea funcționalităților cheie conforme cu cerințele specificate în analiza inițială.

* 1300 Testarea Platformei (Durată: 6 săptămâni)

Echipa de Testare Software, în colaborare cu Echipa de Dezvoltare Software, va efectua teste de unitate, teste de integrare și sesiuni de testare extinsă pentru a identifica și remedia erori sau defecțiuni.

* 1400 Planificarea și Execuția Campaniei de Marketing (Durată: 8 săptămâni)

Echipa de Marketing, împreună cu Echipa de Comunicare, va elabora strategia de marketing pentru lansare. Aceasta va include identificarea publicului țintă, canalele de promovare și crearea materialelor de marketing.

* 1500 Feedback și Îmbunătățiri Post-Lansare (Durată: Continuu pe parcursul primelor 6 luni)

Echipa de Suport, Echipa de Dezvoltare Software și Managerul Proiectului vor colecta feedback de la utilizatori după lansarea platformei. În funcție de aceste informații, vor implementa actualizări și îmbunătățiri continue pe parcursul primelor 6 luni.

Jalonul 2: Parteneriate cu Proprietari (Duma Cosmin)

* 2100 Analiza și Identificarea Potențialilor Parteneri

Descriere: Această etapă implică o analiză meticuloasă a potențialilor parteneri pentru a identifica cei mai potriviți pentru platformă. Se vor evalua criterii precum notorietatea, publicul țintă și valorile etice ale potențialilor parteneri. Durata estimată: 4 săptămâni.

* 2200 Negocierea și Stabilirea Parteneriatelor

Descriere: Această fază cuprinde inițierea și gestionarea negocierilor cu potențialii parteneri pentru stabilirea condițiilor de colaborare, definirea beneficiilor reciproce și stabilirea responsabilităților. Scopul este obținerea unor parteneriate avantajoase pentru ambele părți. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 2300 Implementarea Colaborărilor cu Partenerii

Descriere: Aici se implementează acordurile convenite anterior. Se includ activități precum integrarea sistemelor, formarea echipei și alte acțiuni necesare pentru începerea colaborării. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 2400 Monitorizarea Performanței Parteneriatelor

Descriere: Faza impune monitorizarea continuă a performanței parteneriatelor pentru a asigura respectarea termenilor acordului și pentru identificarea oricăror probleme sau oportunități de îmbunătățire. Durata estimată: Continuu, cu raportări lunare și evaluări trimestriale.

* 2500 Optimizarea și Extinderea Parteneriatelor

Descriere: Se vor evalua performanțele parteneriatelor existente și se vor căuta oportunități de optimizare și extindere. Acest proces implică ajustarea strategiilor de colaborare și identificarea potențialilor noi parteneri. Durata estimată: Variabilă în funcție de identificarea oportunităților.

Jalonul 3: Lansarea Campaniei de Promovare (Stafie Stefan)

* 3100 Planificarea Campaniei de Promovare

Descriere: În această fază, se va elabora un plan detaliat pentru campania de promovare, stabilindu-se obiective, țintă, mesaje cheie și canale de comunicare. Se va dezvolta, de asemenea, un buget estimat. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 3200 Implementarea Strategiilor de Promovare Online

Descriere: Această etapă implică punerea în aplicare a strategiilor de promovare online, inclusiv gestionarea campaniilor publicitare online, optimizarea conținutului pentru motoarele de căutare (SEO) și administrarea prezenței pe rețelele sociale. Durata estimată: 10-12 săptămâni.

* 3300 Evenimente de Lansare Offline

Descriere: Se vor organiza evenimente offline pentru a sprijini lansarea campaniei. Acestea pot include conferințe de presă, prezentări la evenimente comunitare sau participări la târguri și expoziții relevante. Durata estimată: 4-6 săptămâni.

* 3400 Monitorizarea Reacțiilor și Răspunsurile la Campanie

Descriere: Această fază presupune monitorizarea atentă a reacțiilor publicului la campanie, inclusiv analiza feedback-ului online și offline, urmărind sentimentele și interacțiunile. Durata estimată: Continuu, cu accent în primele 4 săptămâni.

* 3500 Optimizarea Strategiilor în Timp Real

Descriere: Bazându-se pe datele colectate în timpul campaniei, se vor face ajustări în strategii pentru a optimiza performanța și pentru a aborda orice probleme sau oportunități apărute în timp real. Durata estimată: Variabilă în funcție de evoluția campaniei.

Jalonul 4: Atragerea Utilizatorilor (Stafie Stefan)

* 4100 Dezvoltarea Strategiilor de Retenție a Utilizatorilor

Descriere: Definirea și implementarea unor strategii eficiente pentru menținerea utilizatorilor pe platformă pe termen lung. Aceasta poate include oferte personalizate, funcționalități inovatoare și program de loialitate. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 4200 Promovarea Avantajelor Utilizatorilor

Descriere: Elaborarea și implementarea unei campanii de promovare a beneficiilor și avantajelor oferite de platformă pentru a atrage noi utilizatori. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 4300 Program de Recompense pentru Utilizatori

Descriere: Crearea și lansarea unui program de recompense pentru utilizatori care să încurajeze participarea activă și implicarea pe platformă. Durata estimată: 8-12 săptămâni.

* 4400 Evenimente Speciale și Promoții

Descriere: Organizarea de evenimente speciale și promoții pentru a atrage atenția asupra platformei și a stimula înregistrările și participarea utilizatorilor. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 4500 Monitorizarea și Analiza Fluxului de Utilizatori

Descriere: Monitorizarea constantă a comportamentului utilizatorilor pe platformă, analizarea datelor privind utilizarea și feedback-ul, pentru a face ajustări și îmbunătățiri continue. Durata estimată: Continuu, cu rapoarte periodice.

Jalonul 5: Evaluarea Inițială a Impactului (Cozma Sebastian)

* 5100 Definirea KPI-urilor

Descriere: Stabilirea indicatorilor cheie de performanță (KPI-uri) care vor fi utilizați pentru evaluarea impactului inițial al platformei. Acești KPI-uri pot include numărul de utilizatori noi, frecvența utilizării, timpul de ședere etc. Durata estimată: 4-6 săptămâni.

* 5200 Colectarea și Analiza Datelor

Descriere: Implementarea unui sistem robust de colectare a datelor și analiza acestora pentru a evalua performanța platformei în raport cu KPI-urile stabilite. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 5300 Raportare și Comunicare a Rezultatelor

Descriere: Elaborarea unor rapoarte periodice și comunicarea rezultatelor echipei de conducere și altor părți interesate relevante. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 5400 Identificarea și Implementarea Îmbunătățirilor

Descriere: Bazat pe rezultatele evaluării, identificarea și implementarea de îmbunătățiri la nivelul platformei pentru a optimiza performanța. Durata estimată: 8-12 săptămâni.

* 5500 Feedback de la Utilizatori

Descriere: Colectarea activă a feedback-ului de la utilizatori, analiza acestuia și luarea în considerare a sugestiilor pentru îmbunătățiri continue. Durata estimată: Continuu, cu rapoarte periodice.

Jalonul 6: Consolidarea Parteneriatelor cu Lanțuri de Supermarket (Cozma Sebastian)

* 6100 Identificarea Potențialilor Parteneri din Lanțuri de Supermarket

Descriere: Analizarea lanțurilor de supermarket existente pentru identificarea potențialilor parteneri care ar putea beneficia de colaborarea cu platforma. Durata estimată: 4-6 săptămâni.

* 6200 Negocierea și Stabilirea Parteneriatelor cu Lanțuri de Supermarket

Descriere: Inițierea discuțiilor și negocierilor cu lanțurile de supermarket pentru a stabili condițiile și termenii parteneriatului. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 6300 Implementarea Colaborărilor cu Partenerii din Lanțuri de Supermarket

Descriere: Dezvoltarea și implementarea soluțiilor tehnice necesare pentru a integra serviciile platformei în operațiunile lanțurilor de supermarket. Durata estimată: 12-16 săptămâni.

* 6400 Promovarea Parteneriatelor în Comunitate

Descriere: Elaborarea și implementarea unei strategii de marketing pentru a promova parteneriatele cu lanțurile de supermarket în rândul comunității. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 6500 Evaluarea Impactului Parteneriatelor

Descriere: Măsurarea și evaluarea impactului colaborărilor cu lanțurile de supermarket asupra creșterii utilizatorilor și a implicării comunității. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

Jalonul 7: Extinderea Platformei (Cozma Sebastian)

* 7100 Analiza Pieței pentru Extindere

Descriere: Realizarea unei analize de piață pentru identificarea noilor oportunități de extindere. Includerea evaluării cererii, concurenței și reglementărilor locale. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 7200 Dezvoltarea și Testarea Noilor Funcționalități

Descriere: Proiectarea, dezvoltarea și testarea funcționalităților specifice piețelor țintă pentru a asigura adaptabilitatea platformei la nevoile locale. Durata estimată: 12-16 săptămâni.

* 7300 Strategii de Marketing pentru Extindere

Descriere: Elaborarea și implementarea strategiilor de marketing adaptate noilor piețe pentru a atrage utilizatori. Includerea campaniilor online și offline specifice fiecărei regiuni. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 7400 Extinderea Echipei de Suport și Dezvoltare

Descriere: Recrutarea și pregătirea noilor membri ai echipei pentru a gestiona aspectele specifice ale extinderii. Asigurarea suportului tehnic și operațional adecvat. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 7500 Monitorizarea Performanței în Noile Piețe

Descriere: Implementarea unui sistem de monitorizare pentru a evalua performanța platformei în noile piețe. Colectarea datelor și ajustarea strategiilor în funcție de rezultate. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

Jalonul 8: Monitorizarea Participării Comunității (Cozma Sebastian)

* 8100 Crearea Instrumentelor de Monitorizare a Participării

Descriere: Dezvoltarea instrumentelor și a metricilor necesare pentru monitorizarea activității și implicării utilizatorilor în comunitate. Implementarea sistemelor de colectare a datelor. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 8200 Analiza Comportamentului Utilizatorilor

Descriere: Evaluarea datelor colectate pentru a înțelege modelele de comportament ale utilizatorilor în comunitate. Identificarea trendurilor și a nevoilor emergente. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 8300 Evenimente și Inițiative pentru Creșterea Participării

Descriere: Planificarea și implementarea de evenimente, concursuri și inițiative menite să crească implicarea și participarea membrilor comunității. Durata estimată: 10-12 săptămâni.

* 8400 Feedback și Consultare Cu Comunitatea

Descriere: Crearea unui canal de comunicare bidirecțional pentru colectarea de feedback și consultare regulată cu membrii comunității. Realizarea sondajelor și a întâlnirilor periodice. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 8500 Raportare Periodică și Transparență

Descriere: Elaborarea și distribuirea rapoartelor periodice către comunitate, evidențiind progresele, rezultatele și planurile viitoare. Asigurarea transparenței în comunicare. Durata estimată: 4-6 săptămâni.

Jalonul 9: Evaluarea Finală a Impactului (Cozma Sebastian)

* 9100 Analiza Rezultatelor și Realizărilor

Descriere: Analiza detaliată a rezultatelor și realizărilor obținute în cadrul proiectului. Evaluarea impactului asupra comunității și atingerea obiectivelor stabilite. Durata estimată: 8-10 săptămâni.

* 9200 Raportare Detaliată și Prezentare a Concluziilor

Descriere: Elaborarea unui raport detaliat cuprinzând analiza rezultatelor, concluziile trase și lecțiile învățate. Prezentarea raportului în cadrul unei sesiuni de evaluare finală. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 9300 Feedback de la Utilizatori Privind Impactul

Descriere: Colectarea feedback-ului de la utilizatori cu privire la impactul proiectului asupra experienței lor și sugestii pentru îmbunătățiri viitoare. Durata estimată: 4-6 săptămâni.

* 9400 Identificarea Lecțiilor Învățate

Descriere: Identificarea și documentarea lecțiilor învățate pe parcursul proiectului. Evaluarea proceselor și strategiilor pentru îmbunătățiri viitoare. Durata estimată: 6-8 săptămâni.

* 9500 Continuarea sau Încheierea Proiectului

Descriere: Luarea deciziei finale privind continuarea sau încheierea proiectului. Stabilirea pașilor următori în funcție de rezultatele evaluării finale. Durata estimată: 4-6 săptămâni.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandare:** Se va face mai întâi structura descompunerii pe lucrări, după care se vor **descrie doar activitățile**. |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va descrie activitățile/subactivitățile specifice jaloanelor stabilite la punctul anterior, cu menționarea numelui studentului în dreptul fiecărei activități**.** |

## 3.3 Stabilirea structurii echipei proiectului și atribuirea responsabilităților pe activități

Se vor **stabili rolurile și funcțiile** în cadrul proiectului în funcție de complexitate, durată, specificitate, **delimitând** clar **nivelul de conducere de cel operațional**. Se va construi **organigrama** echipei proiectului, care va cuprinde atât nivelul de conducere. cât și cel operațional.

Se va completa **Graficul responsabilităților din Anexa 1. Pe lângă membrii echipei de proiect, în Grafic, se vor include,** după cum rezultă din cap 2.1 și 3.2,și **firmele contractate (furnizori) pentru bunuri, lucrări sau servicii, respectiv eventualii parteneri.**

A diagram of a company's project

Description automatically generated

## 3.4 Planificarea calendaristică a proiectului cu ajutorul diagramei Gantt

**Durata proiectului va fi de \_\_ luni**.[[8]](#footnote-8)

Planificarea calendaristică a proiectului se va realiza cu ajutorul diagramei Gantt, stabilindu-se secvența de derulare a activităților/subactivităților prin intermediul dependențelor FS, SS, FF, SF. Fiecărui jalon i se vor asocia activitățile corespunzătoare, urmând a se stabili dependența de activitatea care confirmă obținerea lui.

Planificarea calendaristică va conține doar denumirea jaloanelor și activităților/subactivităților (fără descrierea lor). Diagrama va avea maxim 6 pagini și va fi atașată separat ca Anexa 2, în format pdf.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandare1:** Vă rugăm să verificați dacă denumirile jaloanelor și activităților specifice sunt aceleași cu cele menționate în secțiunile 3.1 și 3.2. |
|  | **Recomandare 2**: Planul proiectului va fi prezentat într-o diagramă Gantt generată cu un produs software specific domeniului (de exemplu, Microsoft Project, Project Libre, Open project) sau cu alte aplicații. Se interzice folosirea tabelelor in Word sau Excel pentru redarea planului calendaristic al proiectului, așa cum mai este cerut de unele programe de finanțare!!! |

# IV. ESTIMAREA RESURSELOR ȘI ELABORAREA BUGETULUI PROIECTULUI

## 4.1 Stablirea și estimarea resurselor necesare proiectului

În funcție de durata și complexitatea activităților se vor identifica și estima **resursele** necesare. Pentru fiecare resursă identificată, se vor preciza unitatea de măsură (bucăți, nr. de ore de lucru, mp de spațiu etc.), numărul de unități și prețul pe unitate. **Trebuie luate în calcul și resursele umane** (echipa proiectului) în funcție de graficul responsabilităților, stabilind de data aceasta și timpul de lucru pentru fiecare resursă. În **Anexa 3.1** (foaia de calcul *Anexa3\_1 Resurse* din fisierul Excel **Anexa 3 Resurse si buget**) se vor introduce, pentru fiecare activitate, resursele necesare și vor fi făcute estimările de cantități și preț. Anexa este disponibilă separat pe platforma de e-learning sau Portal și va fi încărcată separat de acest formular, pentru proiectul final, în format Excel.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va completa în Anexa3\_1 resursele pentru activitățile descrise la punctul 3.2, cu menționarea numelui studentului în dreptul fiecărei activități. |

## 4.2 Elaborarea bugetului proiectului

Pe baza identificării și estimării resurselor din foaia de calcul *Anexa3\_1 Resurse*, se va elabora bugetul proiectului, în variantă detaliată și generală. Mai întâi, se va completa foaia de calcul *Anexa3\_2 Buget\_detaliat,* din fișierul **Anexa 3 Resurse si buget** (disponibil separat pe platforma de e-learning sau Portal). Astfel, pentru resursele ce urmează să fie achiziționate/create/plătite prin proiect, se vor preciza numărul de unități (bucăți, nr. de ore de lucru, mp de spațiu etc.) și prețul pe unitate, existând formulă pentru calculul valorii totale. Pe baza bugetului detaliat pe categorii de cheltuieli, se vor genera automat datele pentru foaia de calcul Anexa3\_3 Buget\_general, din același fișier **Anexa 3 Resurse si buget**, prin preluarea totalurilor pentru fiecare categorie de cheltuială din *Anexa3\_2 Buget\_detaliat*.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Recomandare:** Tipurile de cheltuieli din anexă sunt orientative, însă din proiect trebuie să rezulte **suficiente detalii** pentru justificarea sumelor incluse la fiecare poziție bugetară (vezi suportul de curs și de lucrări practice). |

V. STABILIREA INDICATORILOR DE EVALUARE A REZULTATELOR PROIECTULUI ȘI IDENTIFICAREA POTENȚIALELOR RISCURI

## 5.1 Stabilirea indicatorilor de evaluare și a surselor de verificare pentru indicatori

**Indicatorii de evaluare se stabilesc pentru fiecare jalon (cel puțin câte 2 indicatori)**, plecând de la livrabilele asociate. În acest scop, se va completa tabelul nr. 8.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va stabili indicatorii pentru jaloanele identificate la punctul 3.1, cu menționarea numelui studentului pentru indicatorii fiecărui jalon. |

Tabelul nr. 8 **Indicatorii de evaluare a proiectului**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Denumirea jalonului** | **Denumirea indicatorilor** | **Estimare numerică** | **Momentul evaluării**  (după obținerea jalonului, după desfășurarea unei activități sau a unei etape) și **sursele de verificare** | **Student responsabil** |
| *Jalon 1* | *Indicator 11*  *Indicator 12*  *Indicator 1n* | *x*  *y*  *…* | *Moment y*  *Sursa de verificare z Moment h*  *Sursa de verificare t*  *…* | *Student M* |
| *Jalon 2* | *Indicator 21*  *…* | *…*  *…* | *…*  *…* | *…*  *…* |
| *.....* | *....* | *…* | *…* | *…* |
| *Jalon n* | … | *…* | *…* | *…* |

## 5.2 Identificarea potențialelor riscuri

**Potențialele riscuri** se vor stabili plecând de la amenințările identificate în condițiile externe de implementare a soluției (2.1.e). Se vor selecta doar acele riscuri care pot afecta decisiv atingerea obiectivelor și/sau a jaloanelor. Se va completa **tabelul nr. 9,** unde se stabilesc și **impactul** (efectele) riscurilor asupra proiectului, respectiv modalitățile de **contracarare** a riscurilor sau de diminuare a efectelor lor.

|  |  |
| --- | --- |
|  | **Atenție!** Fiecare student din echipă va identifica cel puțin un risc si va completa detaliile în tabelul 9, cu menționarea numelui studentului în dreptul fiecărui risc. |

Tabelul nr. 9 **Potențialele riscuri ale proiectului**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cod risc** | **Riscul după categoria în care se încadrează** | **Impact asupra proiectului** | **Acțiuni de efectuat pentru contracararea riscului sau reducerea efectelor** | **Student responsabil** |
| *T11* | *Risc1* | *Impact 1* | *Acțiune 1* | *Student I* |
| *T12* | *…* | *…* | *…* | *…* |
| *L11* | *…* | *…* | *…* | *…* |
| *F11* | *…* | *…* | *…* | *…* |

**Explicații:**

* **Categoriile mari de riscuri, plecând de la factorii ce ar putea influența proiectul, sunt:**

1. economic-financiar •   tehnic
2. legislativ •   social
3. politic •   managerial
4. natural

* **Impactul asupra proiectului poate fi reprezentat de:**
* anularea unei activități;
* întârzierea proiectului;
* alocarea de sume suplimentare pentru acoperirea costurilor generate de risc;
* depășirea costurilor la o poziție bugetară;
* solicitarea întreruperii proiectului;
* închiderea proiectului.
* **Codul pentru fiecare risc** se va forma după următorul șablon: prima literă a tipului de factor care determină riscul (de exemplu, E pentru categoria economic, S pentru social etc.) + 1-2 cifre prin care să se indice ordinea riscului în cadrul categoriei de care aparține. Se va explica modul în care s-a stabilit secvența caracterelor în cod.

## 5.3 Elaborarea matricei cadru logic a proiectului

Se va realiza fișa de sinteză a proiectului, prin **matricea cadru logic**, completând **Anexa 4**.

VI. BIBLIOGRAFIE

Lista bibliografică se va întocmi pe categorii – cărți, reviste, resurse web etc.

Listă de verificare

Înainte de a depune proiectul, va rugăm să **verificați dacă** formularul este complet (de revăzut și Observațiile de la începutul formularului) și, **în special dacă**:

Dosarul proiectului este **complet** și **corespunde cu cerințele din formularul propus** și din descrierea programului de finanțare sau a strategiei organizației.

Au fost completate **toate rubricile**.

Au fost completate **toate tabelele.**

|  |  |
| --- | --- |
|  | Tabelul nr. 1 Descrierea organizației unde se va implementa proiectul |
|  | Tabelul nr. 2 a Sursa de finanțare – finanțare externă, nerambursabilă SAU Tabelul nr. 2 b Sursa de finanțare – finanțare din fonduri proprii ale organizației SAU Tabelul nr. 2 c Sursa de finanțare – platformă crowdfunding |
|  | Tabelul nr. 3 Cauze ale problemei/factori declanșatori ai oportunității |
|  | Tabelul nr. 4 Efectele cuantificabile ale nerezolvării problemei sau neexploatării oportunității |
|  | Tabelul nr. 5 Soluțiile posibile și analiza fezabilității lor |
|  | Tabelul nr. 6 Beneficiari direcți și grupuri țintă |
|  | Tabelul nr. 7 Jaloanele și livrabilele proiectului |
|  | Tabelul nr. 8 Indicatorii de evaluare a proiectului |
|  | Tabelul nr. 9 Potențialele riscuri ale proiectului |

**Durata activităților și planificarea calendaristică a proiectului** (secțiunea 3.4) sunt incluse în cadrul formularului.

**Bugetul** este complet și prezentat în formatul solicitat.

**Matricea cadru logic** aferentă proiectului a fost completată în concordanță cu formatul furnizat.

Grilă de evaluare

|  |  |
| --- | --- |
| Prezentarea cadrului general asigură o imagine clară asupra problemei/oportunității, a solicitantului și a sursei de finanțare. | **0,5 puncte** |
| Justificarea relevanței propunerii de proiect corespunde cerințelor formulate și sunt surprinse toate componentele secțiunilor 2.1și 2.2. | **1,5 puncte** |
| Categoriile de beneficiari direcți și grupurile țintă au fost corect stabilite (localizare, cuantificare, selecție etc.). | **0,5 puncte** |
| Scopul și obiectivele proiectului sunt clar formulate. Sunt definite atât obiectivele pe termen lung (instituționale), cât și obiectivele pe termen scurt (specifice), încadrându-se în strategia de finanțare și/sau a organizației. | **0,75 puncte** |
| Jaloanele și elementele livrabile sunt relevante pentru proiect, asigură identificarea clară a pașilor de urmat pentru atingerea scopului/obiectivelor proiectului. | **0,5 puncte** |
| Activitățile sunt descrise, relevante pentru jaloane, coerent prezentate prin structura descompunerii pe lucrări în format rezumat. | **1,25 puncte** |
| Planificarea calendaristică a proiectului este realizată corect, folosind un produs software specializat. | **0,5 puncte** |
| Matricea cadru logic a proiectului este completată. | **0,25 puncte** |
| Pentru echipa de management și cea operațională sunt stabilite clar rolurile și funcțiile necesare. Au fost elaborate organigrama proiectului și graficul responsabilităților. | **1 punct** |
| Resursele au fost stabilite și cuantificate corespunzător pe fiecare activitate. | **0,75 puncte** |
| Bugetul a fost estimat în funcție de resursele alocate pe activități, s-a utilizat anexa indicată. | **0,5 puncte** |
| Indicatorii de evaluare au fost estimați. | **0,5 puncte** |
| Riscurile au fost identificate. | **0,5 puncte** |
| **Punct din oficiu** | **1 punct** |
| **TOTAL** | **10 puncte** |

**ANEXA 1**

## Graficul responsabilităților pentru proiect

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cod activitate** | **Denumire activitate** | **Manager de proiect** | **Echipa Dezvoltare Platforma** | **Echipa Marketing** | **Echipa Suport** | **Firma Software** | **Firma Marketing** |
| 1100 | *Planificarea Lansării* | *RD* | *RD* | D |  |  | C |
| 1200 | Dezvoltarea Platformei | RD | R |  |  | D |  |
| 1300 | Testarea Platformei | RD | RD |  |  | C |  |
| 1400 | Planificarea și Execuția Campaniei de Marketing | RD |  | RD |  |  | D |
| 1500 | Feedback și Îmbunătățiri Post-Lansare | RD | R |  |  |  |  |
| 2100 | Analiza și Identificarea Potențialilor Parteneri | RD | C | R |  |  |  |
| 2200 | Negocierea și Stabilirea Parteneriatelor | RD | C | R |  |  |  |
| 2300 | Implementarea Colaborărilor cu Partenerii | RD | R | R |  |  |  |
| 2400 | Monitorizarea Performanței Parteneriatelor | RD |  | R |  |  |  |
| 2500 | Optimizarea și Extinderea Parteneriatelor | RD | R |  |  |  |  |
| 3100 | Planificarea Campaniei de Promovare | R | R | RD |  |  | C |
| 3200 | Implementarea Strategiilor de Promovare Online | RD | R | RD |  |  | C |
| 3300 | Evenimente de Lansare Offline | RD |  | RD |  |  | C |
| 3400 | Monitorizarea Reacțiilor și Răspunsurile la Campanie | R | R | D |  |  | C |
| 3500 | Optimizarea Strategiilor în Timp Real | RD | R | D |  |  | C |
| 4100 | Dezvoltarea Strategiilor de Retenție a Utilizatorilor | R | R | D |  |  |  |
| 4200 | Promovarea Avantajelor Utilizatorilor | RD |  | D |  |  | C |
| 4300 | Program de Recompense pentru Utilizatori | RD | R | RD |  |  | C |
| 4400 | Evenimente Speciale și Promoții | RD | R | RD |  |  |  |
| 4500 | Monitorizarea și Analiza Fluxului de Utilizatori | RD | R |  |  |  |  |
| 5100 | Definirea KPI-urilor | RD | R |  |  |  |  |
| 5200 | Colectarea și Analiza Datelor | RD | R | D |  |  |  |
| 5300 | Raportare și Comunicare a Rezultatelor | RD | R | RD |  |  |  |
| 5400 | Identificarea și Implementarea Îmbunătățirilor | RD | R |  |  |  |  |
| 5500 | Feedback de la Utilizatori | RD | R |  |  |  |  |
| 6100 | Identificarea Potențialilor Parteneri din Lanțuri de Supermarket | RD | C | D |  |  |  |
| 6200 | Negocierea și Stabilirea Parteneriatelor cu Lanțuri de Supermarket | RD | C | D |  |  |  |
| 6300 | Implementarea Colaborărilor cu Partenerii din Lanțuri de Supermarket | RD | R | D |  |  |  |
| 6400 | Promovarea Parteneriatelor în Comunitate | R | C | RD |  |  |  |
| 6500 | Evaluarea Impactului Parteneriatelor | RD | R | RD |  |  |  |
| 7100 | Analiza Pieței pentru Extindere | RD | R | RD |  |  |  |
| 7200 | Dezvoltarea și Testarea Noilor Funcționalități | RD | R |  |  | C |  |
| 7300 | Strategii de Marketing pentru Extindere | D | R | RD |  |  | C |
| 7400 | Extinderea Echipei de Suport și Dezvoltare | RD | R | RD | RD |  |  |
| 7500 | Monitorizarea Performanței în Noile Piețe | R | R | RD |  |  | C |
| 8100 | Crearea Instrumentelor de Monitorizare a Participării | RD | R | RD |  |  |  |
| 8200 | Analiza Comportamentului Utilizatorilor | RD | R | RD |  |  |  |
| 8300 | Evenimente și Inițiative pentru Creșterea Participării | RD | R | D |  |  |  |
| 8400 | Feedback și Consultare Cu Comunitatea | RD | R |  |  |  |  |
| 8500 | Raportare Periodică și Transparență | RD | R |  |  |  |  |
| 9100 | Analiza Rezultatelor și Realizărilor | RD | R |  |  |  |  |
| 9200 | Raportare Detaliată și Prezentare a Concluziilor | RD | R |  |  |  |  |
| 9300 | Feedback de la Utilizatori Privind Impactul | R | R | RD |  |  |  |
| 9400 | Identificarea Lecțiilor Învățate | RD | R |  |  |  |  |
| 9500 | Continuarea sau Încheierea Proiectului | RD | R |  |  |  |  |

T**ipuri de responsabilități**

R = Responsabil cu efectuarea activității C = Consultanță D = Derulează activitatea

**Note:** 1. Se completează la intersecția liniei cu coloana, în funcție de responsabilitățile descrise la 3.3.a. Nu la toate intersecțiile trebuie să se identifice un anumit tip de responsabilitate.

          2. Unei persoane care oferă consultanță (C) nu i se poate atribui și responsabilitatea (R) acelei activități Consultanța poate fi oferită de firmele sau persoanele contractate cu acest scop, dar care nu fac parte din echipa proiectului.

\* Se vor înlocui Persoana 1, 2 .. n și Firma 1, 2 ... n cu funcțiile/rolurile identificate la punctul 3.3.a (Responsabil logistică, Administrator rețea etc.), respectiv furnizorii necesari pentru derularea unor activități identificate prin descrierea activităților (3.2) , cum ar fi firma software, firma echipamente producție, firma publicitate etc.

ANEXA 4

## Matricea cadru logic

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Scopul proiectului:** ....... | | | |
| **Obiective pe termen lung:** | | | |
| ... | | | |
| ... | | | |
| **Obiective pe termen scurt** | | | |
| ... | | | |
| ... | | | |
| **Jaloane (din tabelul 7 de la 3.1)** | **Indicatorii de evaluare a rezultatelor proiectului (din tabelul 8, de la 5.1)** | **Surse de verificare a obținerii indicatorilor (pe baza tabelului 8, de la 5.1)** | **Factori favorabili (pe baza oportunităților de la 2.1.e) și a riscurilor (codul din tabelul 9, de la 5.2)** |
| ... | ... | ~~...~~ | ... |
| ... | ... | ~~...~~ | ... |
| ... | ... | ~~...~~ | ... |
| **Activitățile pentru atingerea jaloanelor (de la 3.2)** | | **Resursele necesare desfășurării activităților (doar pe categorii de resurse, fără specificarea lor nominală)** | |
| ... | | ... | |
| ... | | ... | |
| ... | | ... | |
| ... | | ... | |

1. Provocare la nivel de grupă: se poate alege aceeași idee (problemă, oportunitate, idee propusă) care să fie dezvoltată de toate echipele din grupă. Va fi premiată propunerea cea mai bună, pe bază de vot. [↑](#footnote-ref-1)
2. Atunci când se urmărește obținerea unei finanțări externe, propunerea de proiect se adresează strict acelui finanțator, chiar dacă pentru implementarea proiectului sunt necesare și fonduri proprii sau împrumutate, drept contribuție proprie. Ca urmare, în acest punct va fi detaliată doar sursa de finanțare externă. **Un proiect se scrie doar pentru un singur finanțator**. [↑](#footnote-ref-2)
3. Completați obiectivele **programului de finanțare** identificat, nu ale proiectului! [↑](#footnote-ref-3)
4. Completați **lista cheltuielilor eligibile din documentația finanțatorului**, nu bugetul proiectului! [↑](#footnote-ref-4)
5. Completați obiectivele **organizației**, nu ale proiectului! [↑](#footnote-ref-5)
6. Se completează **numai dacă nr. beneficiarilor direcți este foarte mare**, iar prin proiect nu pot fi acoperite nevoile tuturor, motiv pentru care se impune selecția grupului țintă. [↑](#footnote-ref-6)
7. Scopul mai este întâlnit și sub denumirea de obiectiv general al proiectului. Reprezintă același lucru și este unic (doar unul) pentru proiect. [↑](#footnote-ref-7)
8. Se va ține cont de restricțiile de timp impuse prin linia de finanțare. [↑](#footnote-ref-8)