1. **Понятие проекта.**

Проект по изучению спроса на товар – это комплекс мероприятий, которые направлены на изучение рынка и потенциальных клиентов, чтобы определить потенциальный спрос на товар или услугу. Основная цель такого проекта - получить информацию о том, что клиенты хотят и что они готовы купить, а также определить конкурентов и особенности рынка. Для достижения этой цели проводятся исследования, сбор и анализ данных, а также разработка стратегий маркетинга и продаж товара. Результаты такого проекта помогают определить потенциальный объем продаж и разработать наиболее эффективные маркетинговые и рекламные стратегии для продвижения товара на рынке.

1. **Общие признаки проекта.**

Общие признаки такого проекта могут включать определение целевой аудитории и конкурентов, сбор данных, их анализ, формулирование выводов и разработку маркетинговых стратегий для продвижения товара на рынке. Такой проект требует тщательного исследования рынка и потребностей потенциальных клиентов, а также определения рисков и возможностей на данном рынке.

1. **Типы и виды проектов.**

* Информационный проект – проект, целью которого является сбор, анализ и представление информации по какой-либо актуальной предметной / межпредметной или предпрофессиональной тематике (для обучающихся, планирующих обучатся в профессиональных образовательных организациях);
* Исследовательский проект – проект, направленный на доказательство или опровержение какой-либо гипотезы, исследование какой-либо проблемы; при этом акцент на теоретической части проекта не означает отсутствия практической;
* Практико-ориентированный, прикладной, продукционный проект – проект, имеющий на выходе конкретный продукт; проект, направленный на решение какой-либо проблемы, на практическое воплощение в жизнь какой-то идеи; данный продукт может использоваться как самим участником, так и иметь внешнего заказчика, например социальных партнёров образовательной организации;
* Творческий проект – проект, направленный на создание какого-то творческого продукта; проект, предполагающий свободный, нестандартный подход к оформлению результатов работы;
* Социальный (социально-ориентированный) проект – проект, который направлен на повышение гражданской активности обучающихся и населения; проект, предполагающий сбор, анализ и представление информации по какой-нибудь актуальной социально-значимой тематике.

1. **Классы проектов.**

Классификация по сферам деятельности:

* Технические – направленны на создание физического продукта
* Организационные – направленны на изменение организационной структуры и процессов организации
* Экономический – направленны на получение прибыли компании за счет продуктов или активов компании
* Социальный – помогают компании улучить социальный статус компании и доверие от клиентов
* Смешенные – включат в себя сразу несколько элементов из выше изложенных типов.

Классификация по размерности:

* Монопроекты – реализуются вне программ компании
* Мультипроекты – проект состоящий из отдельных монопроектов направленный на получение сложного инновационного результата.
* Мегапроекты – много целевая комплексная программа обедняющая мультипроекты различной сложности и направленных на достижения различных целей.

Классификация по длительности проекта:

* Краткосрочные – до 1-го года
* Среднесрочные – от 1-го года до 3-х лет
* Долгосрочные – свыше 3-х лет.

1. **Масштабы проектов.**

По масштабу проекты делятся на малые, средние, большие и сверхбольшие. На практике к малым проектам относят проекты стоимостью до 10 млн. амер. долларов, к средним - от 10 до 50 млн. USD, к большим - от 50 до 100 млн. USD, к сверхбольшим - больше 100 млн. USD.

1. **Окружение проекта.**

Окружение проекта может включать в себя следующие факторы:

* Состояние рынка, на котором продукт будет продаваться. Включает в себя данные о масштабе, характеристиках и тенденциях развития рынка.
* Потенциальные клиенты – это целевая аудитория, которой будет предлагаться продукт. Включает в себя данные о демографических, социальных, экономических и психологических характеристиках потенциальных клиентов.
* Конкуренты – это другие компании, которые уже работают на рынке и предлагают аналогичный продукт или услугу. Включает в себя данные о сильных и слабых сторонах конкурентов, о способах их продвижения и маркетинговых стратегиях.
* Внутреннее окружение – это совокупность факторов внутри компании, включая ее ресурсы, бюджет, технические возможности и персонал.
* Внешнее окружение – это экономические, социальные и другие факторы, которые могут повлиять на успешность проекта.
* Технологическое окружение – это совокупность технических решений, которые используются для проведения исследования спроса на товар. Включает в себя программное и аппаратное обеспечение, базы данных, методы анализа данных и другие технологии.
* Финансовое окружение – это доступные бюджет и финансовые ресурсы, которые могут быть использованы для проекта по изучению спроса на товар.

1. **Элементы проекта.**

Элементы управления проектом могут включать в себя:

* Планирование – это процесс определения целей проекта, распределения ресурсов, составления графика работ и определения бюджета.
* Управление рисками – это процесс определения и анализа возможных рисков и разработка стратегии для их управления.
* Коммуникации – это процесс обмена информацией между участниками проекта, включая регулярные отчеты о ходе проекта, встречи и документацию.
* Управление бюджетом – это процесс контроля за расходами проекта и определения мер для их снижения, если это необходимо.
* Управление временем – это процесс контроля за выполнением работ в соответствии с графиком проекта.
* Управление качеством – это процесс контроля за качеством продукта и услуг, предоставляемых в рамках проекта.
* Управление ресурсами – это процесс определения и использования ресурсов проекта, включая персонал, оборудование и материалы.
* Мониторинг и контроль – это процесс контроля за ходом проекта и внесения корректировок, если необходимо.
* Оценка проекта – это процесс анализа результатов проекта и определения его эффективности и соответствия целям.

Кроме того, к элементам управления проектом могут относиться инструменты и методы исследования, такие как опросы, фокус-группы, интервью, анализ данных и т.д.

1. **Участники проекта**

Участники проекта могут включать в себя:

* Руководитель проекта - отвечает за планирование, организацию и контроль за ходом проекта.
* Менеджер по управлению проектом - отвечает за координацию работы команды, контроль за выполнением задач и соблюдением графика проекта.
* Специалист по исследованию рынка - отвечает за проведение и анализ исследований, опросов и других методов сбора данных о спросе на товар.
* Аналитик данных - отвечает за обработку и анализ данных, полученных в рамках исследования.
* Маркетолог - отвечает за разработку стратегии маркетинга товара на основе результатов исследования.
* Команда разработчиков - отвечает за создание продукта или услуги, соответствующих требованиям рынка.
* Специалисты по продажам - отвечают за продвижение товара и продажи на основе стратегии маркетинга.
* Финансовые специалисты - отвечают за контроль за бюджетом проекта и определение мер для снижения расходов, если это необходимо.
* Конечные потребители - люди, которые являются целевой аудиторией и для которых предназначен товар или услуга, объектом исследования спроса.

1. **Что такое окружение проекта и какое значение оно имеет для эффективности проекта?**

"Окружение проекта" – это все факторы, влияющие на проект, внешние или внутренние, такие как экономические, политические, технологические, социальные, культурные или правовые.

Значение окружения проекта для эффективности проекта велико, поскольку эти факторы могут повлиять на выполнение проекта, его ресурсы и бюджет, а также влиять на отношения с участниками проекта и внешними интересами.

Поэтому важно понимать и анализировать окружение проекта, чтобы улучшить его эффективность и добиться успеха. Это может включать в себя мониторинг изменений в окружении и принимать меры, чтобы адаптироваться к ним, управлять рисками и улучшать отношения с внешними интересами.