

Prezime, Ime	Grupa	Matični broj	Elektronička pošta
Дя. Car T.	1.0X	0036XXXXXX	ime.prezime@fer.hr

MENADŽMENT U INŽENJERSTVU SEMINARSKI RAD

Festival papirnatih aviona

Izjavljujem, pod moralnom odgovornošću, da sam ovaj rad izradio samostalno.

1. Uvod – obrazloženje pokretanja projekta

Švedski kralj Carl XVI. Gustaf se zbog sve većeg broja hrvatskih turista u njegovoj državi i dobroj reklamnoj kampanji Kraljevine Švedske u Republici Hrvatskoj htio odužiti stanovnicima naše države te je odlučio organizirati festival papirnatih aviona, što je simbolično jer većina hrvatskih turista do Švedske ide avionom i to baš Scandinavian Airlines-om. Odlučio je da studentski tim koji će raditi ovaj projekt ima četiri člana, a mene je imenovao voditeljem tima. Glavni sponzori su kralj Carl XVI. Gustaf, Kraljevina Švedska i Švedska turistička organizacija.

2. Doseg projekta

Zadatak je organiziranje festivala papirnatih aviona. Prvo treba napraviti reklamnu kampanju u kojoj bi se pozvali ljudi da izrade papirnatu avione i šalju ih na našu adresu. Svatko tko bi poslao papirnatu avion i pojavio se na festivalu bi dobio prikladan poklon od Švedskog kralja i Švedske turističke organizacije. Zatim treba pronaći i rezervirati po što jeftinijoj cijeni neku prikladnu lokaciju za održavanje festivala, a u slučaju lošeg vremena dvoranu, ili postaviti šator. Sve pristigle papirnatu avione treba posložiti, tako da su svi na vidljivom mjestu i pored aviona staviti papirić na kojem piše ime i prezime onoga tko je izradio avion. Kralj, njegova država, te turistička organizacija na ovom festivalu ne traže dobit, već to traže indirektno, preko turizma, pa će tako festival biti otvoren, tj. neće se naplaćivati ulaz.

3. Organizacijska struktura projekta

Kralj je mene (Tomicu) imenovao kao voditelja tima. Ostali članovi tima su Lidija, Karla i Josip. Članovi tima su pomno odabrani između više kandidata zbog svojih iznimnih kvaliteta. Članovi tima imaju sljedeće kvalitete:

- voditelj projekta (ja) – komunikativna osoba s prijašnjim iskustvom u učinkovitom vođenju tima, organizacijskih vještina, menadžerskih sposobnosti, dobra u pregovorima, mora imati sposobnost biranja savršenih ljudi za projekt
- lokacijski koordinator (Lidija) – osoba vješta u pronalaženju prikladnih lokacija, komunikativna osoba sklona istraživanju, po mogućnosti osoba upoznata s potencijalnim lokacijama
- kreativac (Karla) – kreativna i maštovita osoba koja će dizajnirati interijer i koordinirati postavljanje aviona za festival, ona je zadužena za izradu plakata i reklamnu kampanju
- poštar (Josip) – osoba dobrog fizičkog zdravlja, sposobna odnositi avione sa pošte, on će koordinirati pakiranje poklona za ljude koji su poslali avion i pojavili se na festivalu

4. Faze projekta

S namjerom da se projekt što bolje izvrši, biti će podijeljen u četiri faze. To su: pokretanje projekta, reklamna kampanja, organizacija i izvršenje.

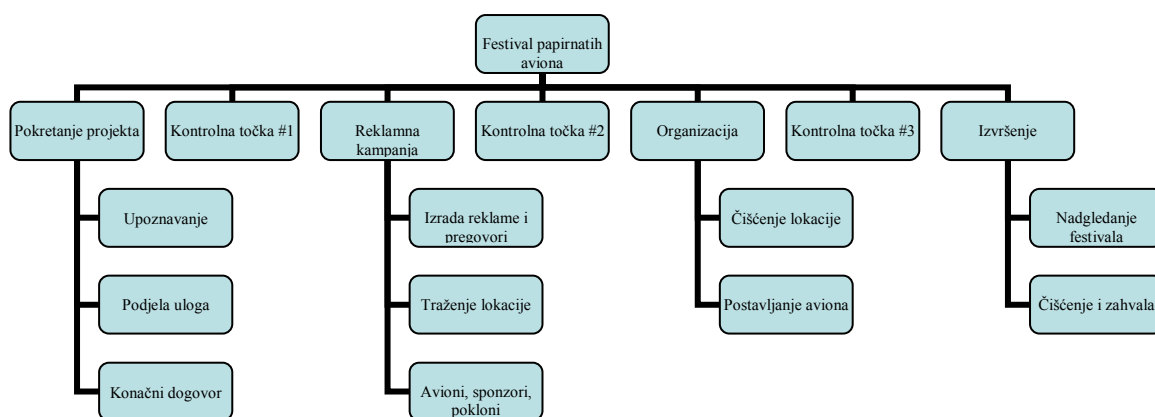
Pokretanje projekta (7.6.-11.6.) se sastoji od prvog sastanka tima, upoznavanje tima, dodjeljivanje uloga i zadataka za svakog člana tima, razmjena mišljenja. U ovoj fazi je zastupljen svaki član, ali najviše voditelj, jer mora organizirati sastanak i podijeliti uloge i zadatke.

Reklamna kampanja (12.6.-29.6). Najvažniji dio reklamne kampanje je u pet dana izraditi reklamne plakate, reklame za tv, radio te internet. Ja obilazim marketinški odjel svakog medija i pregovaram o cijenama, dok ostatak tima radi na reklamama. Nakon pet dana reklama se pušta u javnost. Lidija istražuje i pronalazi prikladnu lokaciju za održavanje festivala, dok Josip polako donosi avione i svi pakiramo prikladne darove, ovisno o starosti pošiljaoca. Karla i ja tražimo dodatne sponzore koji žele da njihovi plakati budu na festivalu. Pred kraj reklamne kampanje se šalju pozivnice pošiljaocima aviona.

Organizacija (30.6-2.7). Na rezerviranu lokaciju donosimo avione, a po Karlinim instrukcijama ih razmještamo po lokaciji. Josip odlazi u trgovinu po slastice, grickalice, voće i sokove.

Izvršenje (3.7-5.7). Prva dva dana otvaranje lokacije za javnost, dijeljenje darova pošiljateljima aviona, govor Švedskog kralja ili nekog izaslanika i zatvaranje festivala. Zadnji dan čišćenje lokacije, te organizirana prigodna zahvala timu na uspješno obavljenom poslu, te ugodnoj i kvalitetnoj suradnji.

5. Struktura raspodijeljenog posla (WBS)



6. Matrica resursa

Aktivnost	Tomica	Lidija	Karla	Josip	Resursi
1.1.1.	X	X	X	X	klimatizirani prostor
1.1.2.	X				klimatizirani prostor, prijenosno računalo
1.1.3.1.	X				klimatizirani prostor, prijenosno računalo
1.1.3.2.	X				klimatizirani prostor, prijenosno računalo
1.3.1.1.			X	X	prijenosno računalo, kamera
1.3.1.2.	X				papir, kemijska
1.3.2.1.		X	X		automobil, prijenosno računalo
1.3.2.2.	X	X			papir, kemijska
1.3.3.1.				X	automobil
1.3.3.2.	X				automobil
1.3.3.3.		X	X	X	darovi, vrećice
1.3.3.4.			X	X	prijenosno računalo, printer, papir
1.5.1.	X	X	X	X	metla, sredstva za čišćenje, krpe
1.5.2.		X	X	X	ljestve, konac, selotejp
1.7.1.	X	X	X	X	mobiteli
1.7.2.	X	X	X	X	metla, sredstva za čišćenje, krpe

7. Trajanje aktivnosti

Zbog toga što ne sudjeluju svi članovi tima u svakoj aktivnosti, neki se zadatci odrađuju paralelno. Mjerna jedinica trajanja je u danima.

1. Pokretanje projekta (5)
 - 1.1. Upoznavanje članova tima (1)
 - 1.2. Podjela uloga (2)
 - 1.3. Konačni dogovor (2)
 - 1.3.1. Dogovor o zadacima (1)
 - 1.3.2. Dogovor o odgovornostima (1)
2. Reklamna kampanja (18)
 - 2.1. Izrada reklame i pregovori (5)
 - 2.1.1. Izrada plakata i snimanje reklamnih spotova (5)
 - 2.1.2. Pregovori i potpisivanje ugovora s masovnim medijima za reklame (5)
 - 2.2. Traženje najprikladnije lokacije (3)
 - 2.2.1. Traženje lokacije (2)
 - 2.2.2. Rezerviranje lokacije na 6 dana (1)
 - 2.3. Avioni, sponzori, pokloni (8)
 - 2.3.1. Donošenje aviona (8)
 - 2.3.2. Traženje dodatnih sponzora (6)
 - 2.3.3. Pakiranje darova (4)
 - 2.4. Izrada i slanje pozivnica (2)
3. Organizacija (3)
 - 3.1. Čišćenje lokacije (1)
 - 3.2. Postavljanje aviona (2)
4. Izvršenje (3)
 - 4.1. Nadgledanje festivala (2)
 - 4.2. Čišćenje i zahvala (1)

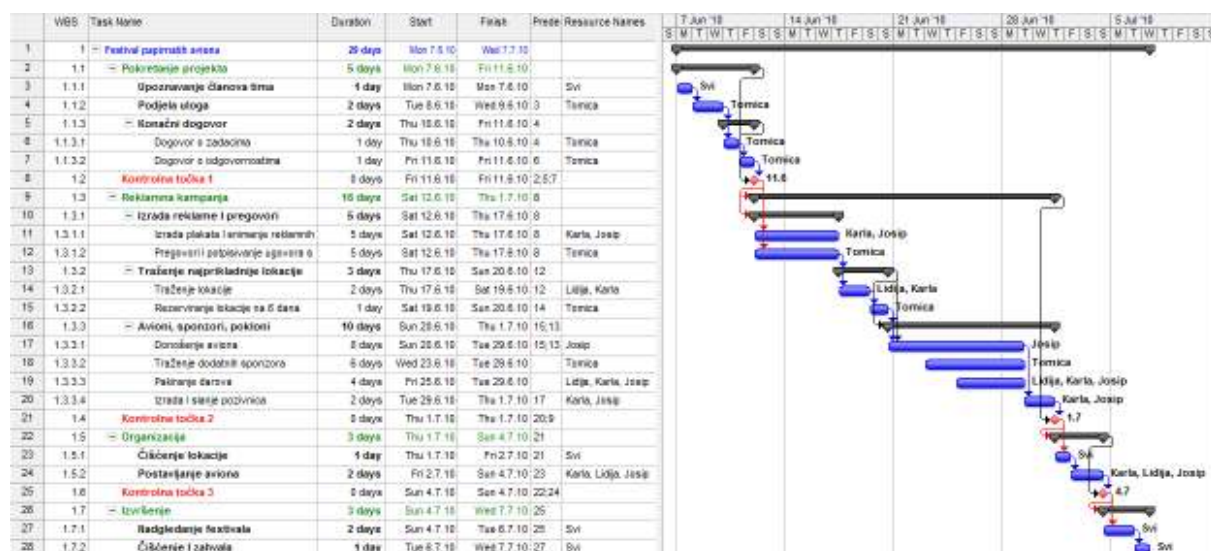
8. Definiranje kontrolnih točaka

Kontrolna točka #1 - Razlog postavljanja je provjera uspješnosti dogovora, izrade projektnog plana, te je li sve spremno za početak reklamiranja.

Kontrolna točka #2 – Provjera uspješnosti reklamne kampanje.

Kontrolna točka #3 – Provjera je li sve spremno za izvršenje i početak festivala.

9. Izrada gantograma



10. Pretpostavljeni rizici

U ovom projektu su svi rizici smanjeni gotovo do minimuma. Financijskih rizika gotovo da nema, jer je novac osiguran od strane glavnih sponzora. Korištenjem prijenosnog računala, smanjujemo rizik od nestanka električne energije. Jedini rizici su penjanje na ljestve, te korištenje automobila, ali možemo koristiti javni prijevoz, pa dodatno smanjiti i taj rizik.