

MÔN HỌC: QUẢN LÝ DỰ ÁN CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

Ch.10 – QUẢN LÝ TRUYỀN THÔNG DỰ ÁN

ThS. Tạ Việt Phương
phuongtv@uit.edu.vn

Nội dung

1. Tổng quan về truyền thông dự án
2. Quy trình quản lý truyền thông
3. Cải tiến truyền thông

1. TỔNG QUAN

1.1 Giới thiệu

- **Communication:** giao tiếp, truyền thông. Là sự trao đổi thông tin, có mục đích hoặc không. Thông tin được trao đổi có thể ở dạng ý tưởng, hướng dẫn hoặc cảm xúc. Các cơ chế trao đổi thông tin có thể là:
 - Dạng viết.
 - Dạng nói.
 - Chính thức hoặc không chính thức (như trên các giấy tờ chính thức hoặc phương tiện truyền thông xã hội).
 - Qua cử chỉ Giọng điệu và nét mặt.
 - Thông qua phương tiện truyền thông. Hình ảnh, hành động hay thậm chí chỉ là sự lựa chọn từ ngữ, hiệu lệnh.
 - ...

1.1 Giới thiệu

- **Truyền thông (Communication)** là truyền đạt thông tin và được nghe từ mọi người, và là về sự hiểu biết đầy đủ, chính xác nội dung của thông điệp.
- Người quản lý dự án phải sử dụng, và chuẩn bị thật tốt các kỹ năng để **giao tiếp** với tất cả các bên liên quan ở các cấp trong dự án, có ý thức **Nghe! và lắng nghe chi tiết!**

1.1 Giới thiệu

- ***Báo cáo định kỳ*** về tiến độ và tình trạng của dự án là rất quan trọng cho sự thành công của dự án.
- Truyền đạt báo cáo này cho tất cả các bên liên quan một cách **rõ ràng và chính xác** là rất quan trọng, do đó trong các báo cáo, các công cụ giúp truyền đạt thông điệp một cách rõ ràng bao gồm: Các sơ đồ, các biểu đồ, các đồ thị và các bảng.

1.1 Giới thiệu

**Communications Management
makes sure everybody gets the
right message at the right time.**

1.1 Giới thiệu

Quản lý truyền thông dự án là các quy trình nhằm đảm bảo thông tin dự án được truyền thông chính xác đến **đúng người** và **đúng thời điểm**, và đảm bảo lập kế hoạch, thu thập, phân phối, lưu trữ, truy xuất, quản lý, kiểm soát, giám sát và xử lý thông tin dự án kịp thời và phù hợp.

1.1 Giới thiệu

- **90% công việc của người quản lý dự án là giao tiếp:** giao tiếp với các thành viên trong nhóm dự án, các bên liên quan, các thành viên ngoài dự án.
- Các hình thức **truyền đạt thông tin thông dụng:** Điện thoại, Fax, Email, Phần mềm nhắn tin, Cuộc họp, Teams meeting, Skype, Zalo, Facebook, Twitter,...

1.1 Giới thiệu



1.2 Vai trò của quản lý truyền thông

- Giao tiếp có vai trò quan trọng trong các dự án
- Lĩnh vực CNTT thay đổi liên tục và kèm với rất nhiều thuật ngữ kỹ thuật.
- Sự không hiểu nhau trong giao tiếp giữa các chuyên gia CNTT và các bên có liên quan.
- Các nhà chuyên môn về CNTT thường không phải là người truyền thông tốt
- Kỹ năng nói, kỹ năng mềm, khả năng truyền thông là yếu tố chủ yếu để thăng tiến nghề nghiệp đối với các nhà chuyên môn CNTT

1.2 Vai trò của quản lý truyền thông

- ***Nếu Truyền thông không hiệu quả*** sẽ gây ra ***sự hiểu lầm*** giữa các bên tham gia dự án và các thành viên trong nhóm dự án.



1.2 Vai trò của quản lý truyền thông

- **Bất kỳ loại giao tiếp nào cũng có thể có nhiều.**
 - Tiếng ồn có thể cắt xén đường truyền điện thoại
 - Đường truyền internet không ổn định.
 - Ký tự rác trong tin nhắn,
- Các quy trình **Quản lý Truyền thông** giúp **tránh các loại lỗi** phổ biến này, thông qua lập kế hoạch và theo dõi các thông tin liên quan của các bên liên quan trong dự án.

1.2 Vai trò của quản lý truyền thông

- **Thành công của dự án** phụ thuộc vào **hiệu quả của truyền thông**. Quản lý truyền thông góp phần làm tối đa hóa thành công và giảm thiểu rủi ro.
- **Đe dọa lớn nhất đến thành công của bất kỳ dự án nào chính là sự thất bại về mặt truyền thông**, ở đó các thành viên dự án không giao tiếp được với nhau.

2. QUY TRÌNH QUẢN LÝ

2. Quy trình quản lý truyền thông

1. Plan Communications Management: Lập kế hoạch quản lý truyền thông
2. Manage Communications: Quản lý truyền thông
3. Monitor Communications: Giám sát truyền thông

2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

- Lập kế hoạch Quản lý Truyền thông là quá trình phát triển một cách tiếp cận và kế hoạch phù hợp cho các hoạt động truyền thông của dự án dựa trên nhu cầu thông tin của từng bên liên quan hoặc nhóm, tài sản sẵn có của tổ chức và nhu cầu của dự án.

2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

Plan Communications Management

Inputs

- .1 Project charter
- .2 Project management plan
 - Resource management plan
 - Stakeholder engagement plan
- .3 Project documents
 - Requirements documentation
 - Stakeholder register
- .4 Enterprise environmental factors
- .5 Organizational process assets

Tools & Techniques

- .1 Expert judgment
- .2 Communication requirements analysis
- .3 Communication technology
- .4 Communication models
- .5 Communication methods
- .6 Interpersonal and team skills
 - Communication styles assessment
 - Political awareness
 - Cultural awareness
- .7 Data representation
 - Stakeholder engagement assessment matrix
- .8 Meetings

Outputs

- .1 Communications management plan
- .2 Project management plan updates
 - Stakeholder engagement plan
- .3 Project documents updates
 - Project schedule
 - Stakeholder register

2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

- **Kế hoạch quản lý truyền thông** xác định các **nhu cầu thông tin** của các bên liên quan của dự án và **phương pháp truyền thông**.
- **Mỗi dự án đều cần có kế hoạch quản lý truyền thông**, đây là tài liệu hướng dẫn truyền thông trong dự án.
- Kế hoạch quản lý truyền thông dự án đưa ra các **hướng dẫn** rõ ràng về cách thông tin sẽ được chia sẻ, người chịu trách nhiệm trong truyền thông dự án.

2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

- Công nghệ truyền thông:
 - Sự cấp thiết của nhu cầu thông tin. Mức độ khẩn cấp, tần suất và hình thức của thông tin được truyền đạt có thể khác nhau tùy theo từng dự án và trong các giai đoạn khác nhau của dự án.
 - Tính sẵn có và độ tin cậy của công nghệ.
 - Dễ sử dụng.
 - Môi trường dự án
 - Tính nhạy cảm và bảo mật của thông tin.

2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

- **Hiểu biết về các kênh truyền thông**

- Số lượng nhân viên tăng lên, sự phức tạp của giao tiếp tăng lên
- Xác định số lượng kênh giao tiếp khi số lượng người tham gia vào một dự án tăng lên:

$$\text{Số kênh giao tiếp} = \frac{n(n-1)}{2}$$

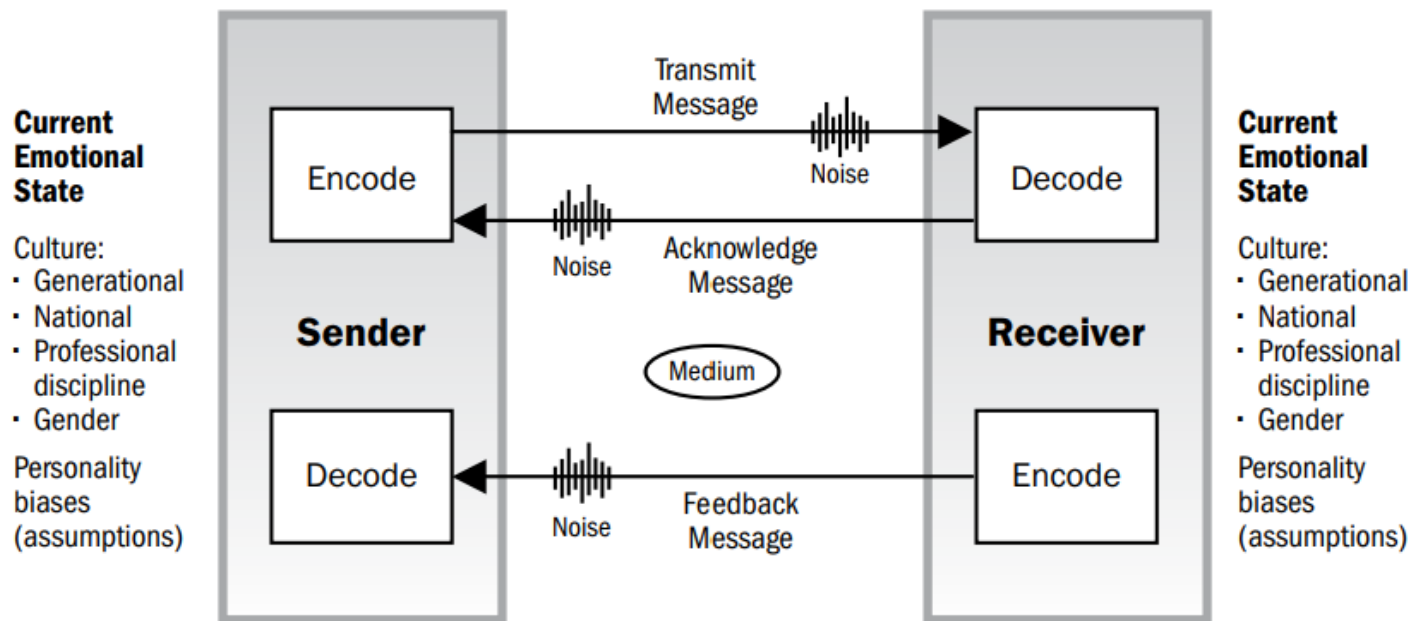
trong đó n là số người tham gia

- Ví dụ:

- Đang có 9 người trong dự án, vậy số kênh giao tiếp là bao nhiêu?
- Nếu dự án tuyển thêm 1 người, số kênh giao tiếp tăng thêm bao nhiêu?

2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

- Mô hình truyền thông: Mô hình truyền thông cho giao tiếp đa văn hóa



2.1 Lập kế hoạch quản lý truyền thông

- Phương pháp truyền thông:
 - Giao tiếp tương tác. Giữa hai hoặc nhiều bên thực hiện trao đổi thông tin đa chiều trong thời gian thực. Ví dụ: cuộc họp, cuộc gọi điện thoại, nhắn tin tức thời, một số hình thức truyền thông xã hội, họp trực tuyến và hội nghị truyền hình.
 - Truyền thông đẩy. Gửi hoặc phân phối trực tiếp đến những người nhận cụ thể cần nhận thông tin. Ví dụ: thư từ, bản ghi nhớ, báo cáo, email, fax, thư thoại, blog và thông cáo báo chí.
 - Truyền thông kéo. Được sử dụng cho các tập hợp thông tin phức tạp lớn hoặc dành cho lượng lớn khán giả và yêu cầu người nhận truy cập nội dung theo quyết định riêng của họ tuân theo các quy trình bảo mật. Ví dụ: web portal, trang mạng nội bộ, học trực tuyến, cơ sở dữ liệu bài học kinh nghiệm hoặc kho kiến thức.

2.2 Quản lý truyền thông

- Quản lý Truyền thông là quá trình đảm bảo thu thập, tạo, phân phối, lưu trữ, truy xuất, quản lý, giám sát và xử lý cuối cùng thông tin dự án một cách kịp thời và phù hợp. Lợi ích chính của quá trình này là nó cho phép luồng thông tin hiệu quả và hiệu quả giữa nhóm dự án và các bên liên quan

2.2 Quản lý truyền thông

Manage Communications

Inputs

- .1 Project management plan
 - Resource management plan
 - Communications management plan
 - Stakeholder engagement plan
- .2 Project documents
 - Change log
 - Issue log
 - Lessons learned register
 - Quality report
 - Risk report
 - Stakeholder register
- .3 Work performance reports
- .4 Enterprise environmental factors
- .5 Organizational process assets

Tools & Techniques

- .1 Communication technology
- .2 Communication methods
- .3 Communication skills
 - Communication competence
 - Feedback
 - Nonverbal
 - Presentations
- .4 Project management information system
- .5 Project reporting
- .6 Interpersonal and team skills
 - Active listening
 - Conflict management
 - Cultural awareness
 - Meeting management
 - Networking
 - Political awareness
- .7 Meetings

Outputs

- .1 Project communications
- .2 Project management plan updates
 - Communications management plan
 - Stakeholder engagement plan
- .3 Project documents updates
 - Issue log
 - Lessons learned register
 - Project schedule
 - Risk register
 - Stakeholder register
- .4 Organizational process assets updates

2.3 Giám sát truyền thông

- Giám sát Truyền thông là quá trình đảm bảo đáp ứng nhu cầu thông tin của dự án và các bên liên quan.
- Lợi ích chính của quá trình này là luồng thông tin tối ưu như được xác định trong kế hoạch quản lý truyền thông và kế hoạch tham gia của các bên liên quan.

2.3 Giám sát truyền thông

Monitor Communications

Inputs

- .1 Project management plan
 - Resource management plan
 - Communications management plan
 - Stakeholder engagement plan
- .2 Project documents
 - Issue log
 - Lessons learned register
 - Project communications
- .3 Work performance data
- .4 Enterprise environmental factors
- .5 Organizational process assets

Tools & Techniques

- .1 Expert judgment
- .2 Project management information system
- .3 Data analysis
 - Stakeholder engagement assessment matrix
- .4 Interpersonal and team skills
 - Observation/conversation
- .5 Meetings

Outputs

- .1 Work performance information
- .2 Change requests
- .3 Project management plan updates
 - Communications management plan
 - Stakeholder engagement plan
- .4 Project documents updates
 - Issue log
 - Lessons learned register
 - Stakeholder register

2.3 Giám sát truyền thông

- Giám sát Truyền thông xác định xem các hoạt động và tạo phẩm truyền thông theo kế hoạch có mang lại hiệu quả mong muốn trong việc tăng cường hoặc duy trì sự hỗ trợ của các bên liên quan đối với các sản phẩm và kết quả mong đợi của dự án hay không.
- Tác động và hậu quả của truyền thông dự án cần được đánh giá và giám sát cẩn thận để đảm bảo rằng đúng thông điệp với đúng nội dung (có cùng ý nghĩa đối với người gửi và người nhận) được gửi đến đúng đối tượng, qua đúng kênh và vào đúng thời điểm. Giám sát Truyền thông có thể yêu cầu nhiều phương pháp khác nhau, chẳng hạn như khảo sát mức độ hài lòng của khách hàng, thu thập bài học kinh nghiệm, quan sát nhóm, xem xét dữ liệu từ nhật ký vấn đề hoặc đánh giá các thay đổi trong ma trận đánh giá sự tham gia của các bên liên quan

3. CẢI TIẾN TRUYỀN THÔNG

3 Cải tiến truyền thông

- **Phát triển kỹ năng giao tiếp tốt hơn**
 - Kỹ năng giao tiếp
 - Kỹ năng thuyết trình
 - Yếu tố quốc gia, dân tộc trong giao tiếp
 - Kỹ năng hội nhập quốc tế
 - Kỹ năng hội họp

3 Cải tiến truyền thông

- **Quản lý xung đột hiệu quả:** Giải quyết vấn đề: trực tiếp đối mặt với xung đột
 - Thỏa hiệp: dùng tiếp cận cho và nhận.
 - Làm trơn (Smoothing): nhấn mạnh những điểm đồng tình và bỏ qua những khác biệt.
 - Áp đặt (Forcing): dùng tiếp cận thắng-thua.
 - Rút lui: rút lui do không đồng tình.

3 Cải tiến truyền thông

- **Phát triển kỹ năng truyền thông tốt hơn**

- Các công ty thường không chú ý đến tầm quan trọng của phát triển kỹ năng nói, viết, và nghe.
- Khi công ty ngày càng mang tính toàn cầu, họ ý thức rằng cần phải đầu tư để cải tiến truyền thông với những người có ngôn ngữ và văn hóa khác nhau.
- Để cải tiến truyền thông cần có sự lãnh đạo.

3 Cải tiến truyền thông

- **Họp hiệu quả hơn**

- Xác định định có nên tránh được buổi họp nào không.
- Xác định mục đích và kết quả đạt được của buổi họp.
- Xác định những người tham gia cuộc họp.
- Cung cấp chương trình họp cho người tham gia trước buổi họp.
- Chuẩn bị tài liệu và các hỗ trợ trực quan.
- Tiến hành cuộc họp một cách chuyên nghiệp.
- Xây dựng quan hệ.

3 Cải tiến truyền thông

- **Dùng email hiệu quả**

- Bảo đảm email là phương tiện truyền thông hiệu quả.
- Bảo đảm gửi e-mail đến đúng người.
- Các tiêu đề trong email phải phù hợp.
- Chú ý cách xưng hô, nhất là trong văn hóa Việt Nam
- Giới hạn nội dung cho một chủ đề chính, càng rõ ràng và súc tích càng tốt.
- Giới hạn số lượng và kích thước các tập tin đính kèm.
- Chữ ký thích hợp, đầy đủ thông tin liên hệ.
- Bảo đảm luôn cập nhật phần mềm chống virút (virus).
- Trả lời nhanh các email. Học cách sử dụng các tính năng hữu ích.

3 Cải tiến truyền thông

- Sử dụng các mẫu (template) cho việc truyền thông dự án
- Sử dụng bảng Kanban và các công cụ hợp tác hiệu quả

Q & A

ThS. Tạ Việt Phương
phuongtv@uit.edu.vn