

# ПОДРОБНЕЕ О ПРОЕКТАХ ИВР

## ВЫ УЖЕ ЗНАЕТЕ

01



Проект – временное мероприятие, имеет дату начала и дату конца

02



Проект направлен на решение проблемы или удовлетворение потребности

03



Планирование, ресурсы и риски

04



Имеет четко сформулированную цель и уникальный результат



**ПРОДУКТ**

## Описание области **бизнес-проектов**

Если вы не боитесь начать собственное дело, хотите заработать денег себе на что-то важное и полезное или даже начать обеспечивать себя финансово - бизнес-проект может быть хорошим выбором.

Несколько важных вещей относительно бизнес-проектов:

1. В любом бизнес-проекте в приоритете - получение прибыли. Это может быть в долгосрочной перспективе, но должно быть. Иначе это не бизнес, а, возможно, социальная деятельность.
2. Бизнес проект - это не работа на “дядю” и даже не самозанятость. Это создание системы, организация всего цикла, связанного с вашим продуктом (товаром, услугой), который вы предлагаете определенной целевой аудитории. Кстати, чем лучше вы ее можете описать - тем более вероятно, что ваш проект сработает.



3. Бизнес-проект - достаточно рискованная история, так как заранее гарантий того, что вы получите запланированную прибыль никто вам не даст. Очень многое зависит именно от вашей включенности в проект. Если вы планируете сделать проект, чтобы хорошо защитить ИВР, - бизнес проект не для вас. Если вы хотите вступить во взрослую жизнь и попытаться организовать свое дело, возможно, дело жизни - тогда да!

4. Бизнес - легальное дело. Вам придется придумывать: как открыть свое ИП (это непросто для 16-17-летнего человека), как показать вашу прибыль, чтобы это было прозрачно, и многие другие вещи. Мы работаем в правовом поле. Если это вас пугает - не начинайте.

5. Нет смысла делать бизнес проект, цель которого - заработать себе 1000 р. в месяц на мороженое ) цели должны быть реалистичные, но амбициозные, лучше пытаться заработать 150.000 р, а не 10.000, пусть вы заработаете не всю сумму, зато приобретете опыт и, скорее всего, вы поймете - что помешало вам заработать полную сумму.



## ПРОЕКТЫ ИВР

а можно с другом?

Основное отличие **группового проекта** в том, что каждый из членов команды занимается реализацией отдельной части итогового продукта, каждая из которых равноценна другой. В бизнес-проектах разрешается делать групповой проект с участниками из других областей/направлений. Два человека из бизнеса не могут делать общий групповой проект. Один человек из бизнеса и второй из медиа - могут делать общий групповой проект.

## Что НЕ может быть проектом?

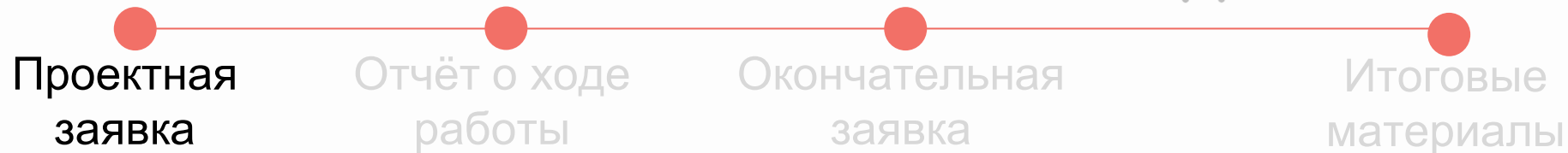
- 1) Не допускаются проекты, продуктом которых является перепродажа (resale), крипта, товары 18+, алкогольная и табачная продукция, запрещенные законодательством РФ сферы деятельности.
- 2) Проектом не может быть какой-то благотворительный проект, основной KPI бизнес-проекта - это получение прибыли.
- 3) В рамках группового проекта можно подаваться, только если участники группового проекта из разных областей, например, из бизнеса и из медиа.



# ДОРОЖНАЯ КАРТА: ПУТЬ ЛИЦЕИСТА В **БИЗНЕС-ПРОЕКТАХ**

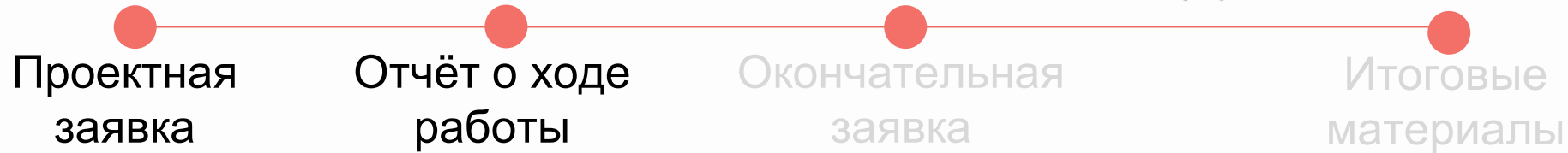


# ДОРОЖНАЯ КАРТА: ПУТЬ ЛИЦЕИСТА В **БИЗНЕС-ПРОЕКТАХ**



1. **ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ** - раздел должен отвечать на 2 вопроса - какую проблему ("боль потребителя") решает проект и почему проект будет востребован у клиентов. Важно в качестве доказательства проблемы приложить ссылки на исследования в открытых источниках, или результаты проведенного вами исследования, подтверждающего проблемное поле в цифрах.
1. **ОБРАЗ ПРОДУКТА** - это детальное описание ВСЕГО ПРОЕКТА. Здесь необходимо описать и характеристики продукта, и все процессы в рамках вашего бизнес-проекта.
1. **ПОЭТАПНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ** - необходимо как можно подробнее перечислить и описать все этапы проекта с указанием дедлайна по каждому из этапов.

# ДОРОЖНАЯ КАРТА: ПУТЬ ЛИЦЕИСТА В **БИЗНЕС-ПРОЕКТАХ**



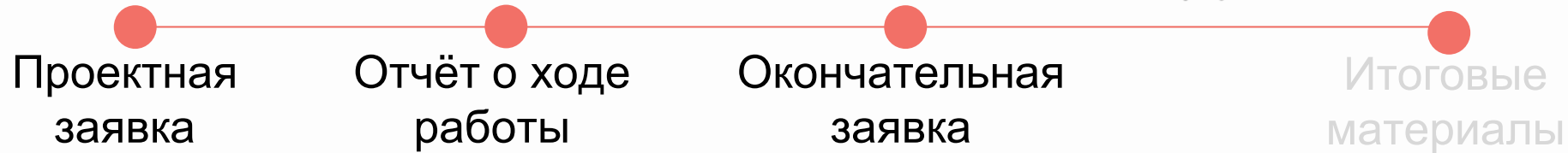
## 1. ТЕ ЖЕ РАЗДЕЛЫ

1. **ХОД РАБОТЫ** - описать подробно, что удалось сделать из запланированного, какие результаты- победы и неудачи, рефлексировать почему так получилось и какие выводы можно сделать, если в проекте есть изменения - тоже про них написать

## 1. БОЛЬШЕ ДЕТАЛЕЙ

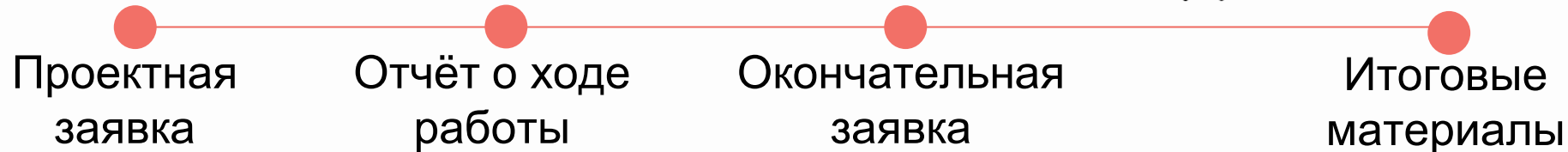


# ДОРОЖНАЯ КАРТА: ПУТЬ ЛИЦЕИСТА В **БИЗНЕС-ПРОЕКТАХ**



1. **ТЕ ЖЕ РАЗДЕЛЫ** - если в проекте произошло изменения, не удаляйте информацию, просто добавьте все изменения в рефлексию и в описание итогового продукта.
1. **ОПИСАНИЕ БУДУЩЕГО ПРОДУКТА** - необходимо подробное описание финального продукта, который получился в результате бизнес-проекта.
1. **ПО НЕЙ ОЦЕНИВАЕТСЯ ИВР ПО КРИТЕРИЯМ НА ЗАЩИТЕ**
1. **РЕАЛИЗАЦИЯ НЕ РАНЕЕ ЧЕМ ЧЕРЕЗ МЕСЯЦ**

# ДОРОЖНАЯ КАРТА: ПУТЬ ЛИЦЕИСТА В **БИЗНЕС-ПРОЕКТАХ**



## 1. ЗАВЕРШЕННЫЙ ПРОЕКТ

1. **ПОСТПРОЕКТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ** - важно подробно расписать рефлекссию, оглядываясь на первоначальный план и идею о продукте. Рассказать об успехах и неудачах, о том, когда и почему что изменилось в проекте и к каким результатам это привело.
1. **ИТОГОВЫЙ ОТЧЕТ** - обратите внимание на требования к подготовке итоговых материалов здесь <https://school.hse.ru/nis/oform>

# Первый этап — проектная заявка

1. ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ
2. ОБРАЗ ПРОДУКТА
3. ПОЭТАПНОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ



# Проблемное поле

- Раздел должен содержать реальную, существующую проблему вашей целевой аудитории или заказчика, решением которой является ваш проект.
- Решение проблемы должно быть очевидно и доказуемо.
- В разделе проблемного поля также стоит указать [подтверждение актуальности проекта для вашей целевой аудитории](#) или описать его способы.
- Если [проект создаётся для заказчика](#), подтверждает актуальность он через ТЗ. Однако это не отменяет работу автора проекта с целевой аудиторией, её анализ и обоснование.



# Антипримеры проблемного поля или как не нужно формулировать проблему

"Многие считают, что..."

"Мой проект может помочь..."

"Люди часто сталкиваются..."

"Мало людей знают о существовании..."

"Мне не нравится, как люди ведут себя в интернете..."

"Важно защищать животных, поэтому..."

"У меня были трудности с изучением математики."



# Образ продукта

Определите наиболее важные характеристики продукта, которые позволят решить проблему, обоснуйте решение. Продуктом может быть услуга или товар в бизнес-проекте, основная цель - получение прибыли.

- 1) про товар - ассортимент, состав, размеры, цвет и внешний вид, себестоимость и цена продажи, преимущества, срок изготовления и срок годности(если применимо), доставка, кастомизация под клиента
- 2) про услугу - бесплатная демо-версия / первая услуга, возможность онлайн, время оказания, локация
- 3) наличие сайта, представленность в соцсетях, контент-план, маркетинговая стратегия



# Поэтапное планирование и лента времени

- Составьте список шагов, которые поэтапно будут продвигать вас в подготовке и реализации.
- Внимательно изучите [ленту времени ИВР](#).
- Соотнесите задачи со временем и ресурсами - это и есть планирование!
- В заявке используйте список задач с датами для каждого из этапов (пока можно примерные, с точностью до месяца).



# Лента времени

## Проектная заявка - всё начинается с неё

До 1 декабря 10 класса

## Отчет о ходе работы - чтобы рассказать, как у вас дела

Для защиты в первой волне - до 2 марта 10 класса

Для защиты во второй волне - до 1 апреля 10 класса

## Окончательная заявка - последний взгляд перед реализацией

Для защиты в первой волне - до 18 апреля 10 класса

Для защиты во второй волне - до 21 сентября 11 класса

**И не позднее, чем за месяц до реализации!**

## Итоговые материалы - чтобы показать, как всё прошло

Для защиты в первой волне - до 16 мая 10 класса

Для защиты во второй волне - до 8 ноября 11 класса





## ПРОЕКТНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ

С КОТОРЫМИ ПРОЕКТ СТАНЕТ ЕЩЕ БОЛЕЕ ПРОЕКТНЫМ

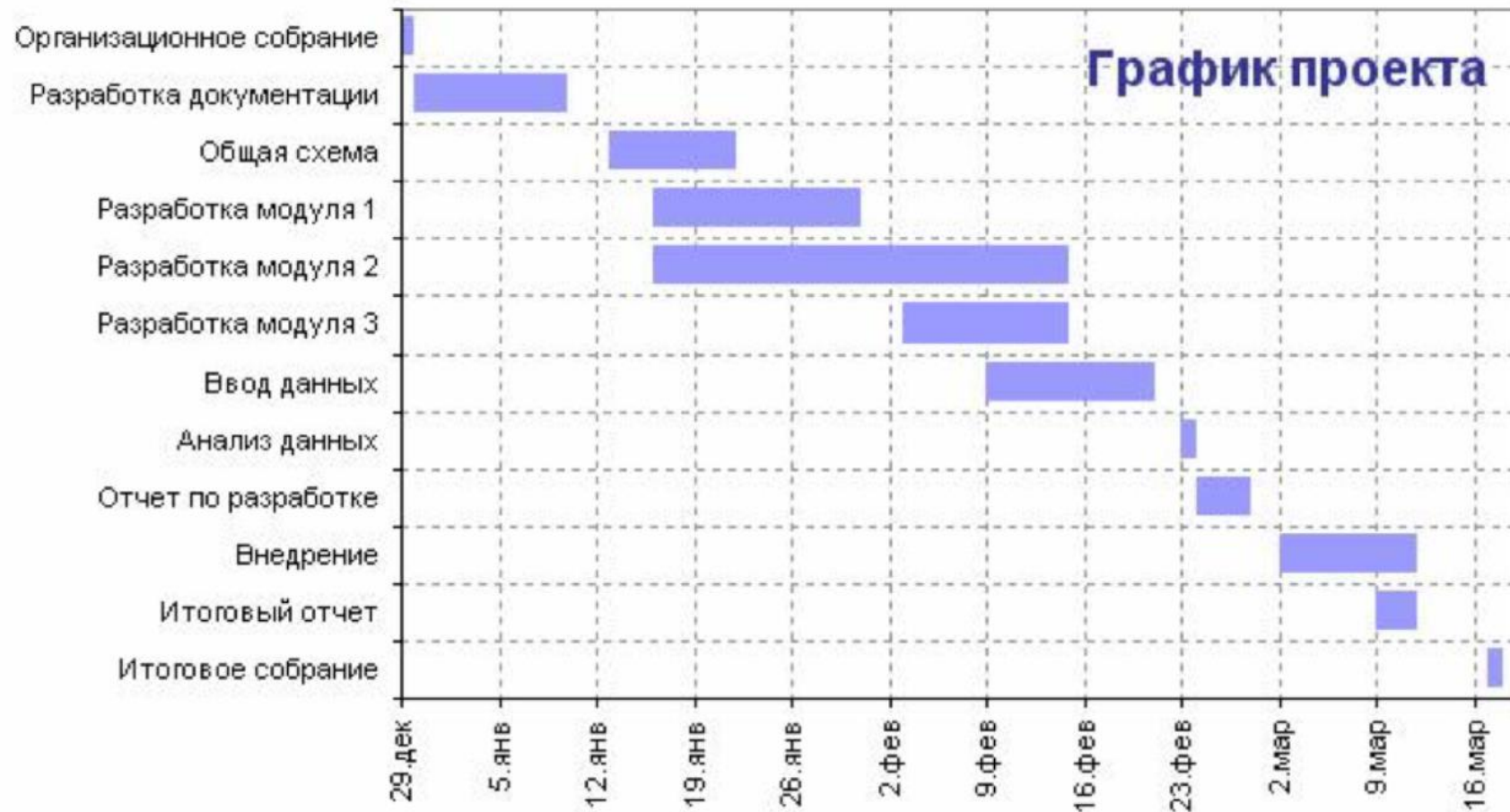
### СМОЖЕТЕ ПОНЯТЬ НАЗНАЧЕНИЕ ПО НАЗВАНИЮ?

- Диаграмма Ганта
- Карта стейкхолдеров
- Факторы успеха
- Матрица ответственности



## ДИАГРАММА ГАНТА

График в виде таблицы, который отражает название задач, этапы выполнения и ответственных за исполнение.



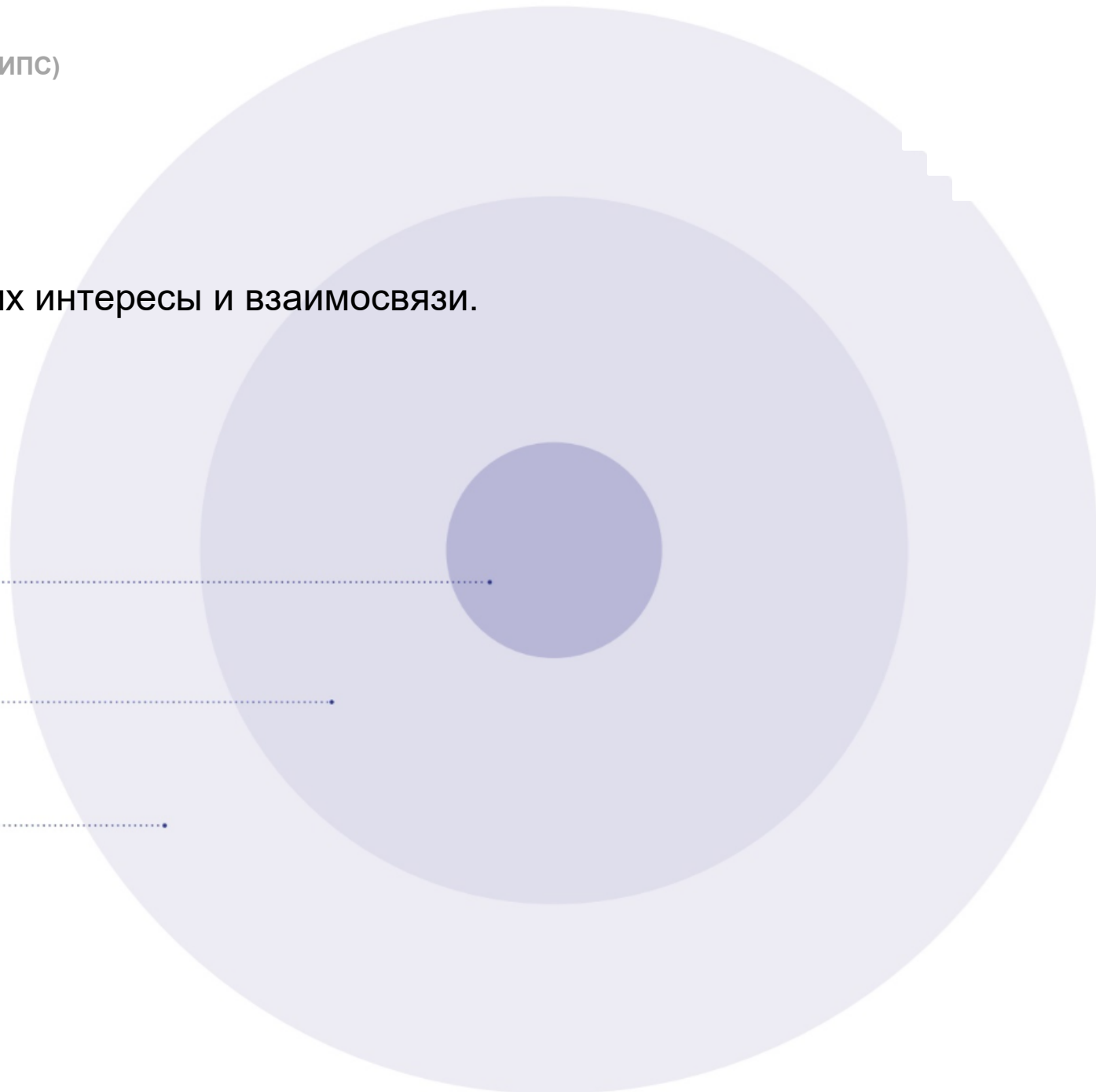
## КАРТА СТЕЙКХОЛДЕРОВ

Заинтересованные стороны проекта, их интересы и взаимосвязи.

Название продукта

Прямые стейкхолдеры

Косвенные стейкхолдеры



## КФУ и КПЭ

(будьте здоровы)

Критические факторы успеха (CSF) - то, каких показателей вам необходимо будет достичь, чтобы проект можно было **считать успешным**.

Ключевые показатели эффективности (KPI) – то, как вы измерите состояние проблемы **до**, а **затем после реализации** проекта.

Основное различие между КФУ и KPI заключается в том, что КФУ относится **к причинам успеха**, тогда как KPI относится **к эффектам успеха**. Они часть «проекта по-умному», отвечают аспектам SMART



## МАТРИЦА ОТВЕТСТВЕННОСТИ в проекте (матрица RACI)

### Матрица RACI

**R** – «Responsible» / **исполнитель** – ответственный за работу, тот, кто непосредственно выполняет задание.

**A** – «Accountable» / **ответственное лицо** – это тот, кто несет ответственность за всю задачу и результаты работы исполнителя.

**C** – «Consult» / **консультант** – тот, кто консультирует до исполнения, в процессе выполнения работы по вопросам, входящим в зону его компетенции.

**I** – «Informed» / **информируемое лицо** – тот, кто оповещает после исполнения, участник проекта, который обязан быть в курсе принимаемых решений.



Luke



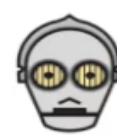
Han



Lea



Chewi



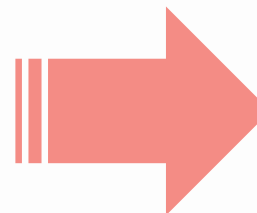
СЗРО

	Luke	Han	Lea	Chewi	СЗРО
Предоставить информацию	I	C	A	C	R
Сразиться со штурмовиками	R	A	C	R	I
Победить Дарт Вейдера	R	C	A	I	C
Возглавить армию повстанцев	I	R	A	C	C

# КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ПРОЕКТОВ

необходимо возвращаться на всём протяжении работы

Аспекты				
<b>A.</b> Соблюдение логики проектной деятельности, результаты работы	<b>Проблемное поле</b> Актуальность работы обоснована. Продемонстрировано, как проект будет решать проблему.	<b>Образ продукта</b> Характеристики продукта в заявке дают исчерпывающее представление о нем и соотнесены с задачами.	<b>Планирование</b> Соблюдена логика поэтапного планирования, продукт и проектная документация (окончательная заявка и отчет) представлены в срок.	<b>Продукт</b> Итоговый продукт соответствует заявленному образу и решает поставленную задачу. Изменения ключевых характеристик обоснованы.
<b>B.</b> Отчет	<b>Соответствие формату</b> Структура и оформление отчета соответствуют формату академического/ профессионального общения и нормам современного русского литературного языка.		<b>Рефлексия</b> Раздел «Рефлексия» даёт представление о возникших проблемах и способах их решения. Указаны возможные пути развития проекта и способы применения приобретённых компетенций	
<b>C.</b> Проектные методы и содержание	<i>Критерии группы C отличаются в разных проектных областях. См. описание!</i> <a href="#">IT</a> , <a href="#">Бизнес</a> , <a href="#">Дизайн</a> , <a href="#">Естественные науки</a> , <a href="#">Издательское дело</a> , <a href="#">Инженерия</a> , <a href="#">Медиа</a> , <a href="#">Образование</a> , <a href="#">Организация событий</a>			
<b>D.</b> Представление работы	<b>Выступление</b> Дает представление о процессе и результате проделанной проектной работы, повествование логично, речь грамотна.	<b>Презентация</b> Презентация поддерживает выступление, не подменяет его собой. Текст и оформление не содержат ошибок.	<b>Вопросы</b> Ответы на вопросы хорошо аргументированы и демонстрируют осведомленность в теме.	



<https://school.hse.ru/nis/criteriaproject>

**КРИТЕРИИ  
ОЦЕНИВАНИЯ  
ПРОЕКТОВ**

# Критерии группы С в области **бизнес-проектов**

1	C1	Оценивает комиссия	<p><b>Соблюдение правовых норм</b></p> <p>Предприятие оформлено как юридическое лицо (+1 балл), используются платежные системы (+1 балл).</p>	<p><b>Прозрачность получения прибыли</b></p> <p>Продемонстрирована финансовая отчетность, свидетельствующая о прибыли (+1 балл), отражена динамика финансовых операций (+1 балл).</p>	C2	Оценивает эксперт	<p><b>Финансовая модель</b></p> <p>Представлена и подробно описана финансовая модель предприятия (+1 балл), обозначены рынки сбыта, корректно рассчитана точка безубыточности, маржинальность (+1 балл).</p>	<p><b>Оригинальность</b></p> <p>Обоснована оригинальность продукта на рынке, приведены аналоги и отличия от аналогов (+1 балл), описана ниша продукта на рынке (+1 балл).</p>	<p><b>Портрет покупателя</b></p> <p>Подробно описан портрет одной (+1 балл) и более (+1 балл) групп потенциальных покупателей продукта (доход, пол, возраст, семейное положение, предпочтения, хобби и т.д.).</p>	<p><b>Лендинг (продвижение)</b></p> <p>Действует площадка для продвижения продукта (+1 балл). Представлены возможности приобретения, контакты, подробные описания продукта, формы обратной связи (+1 балл).</p>
---	----	--------------------	---	---	----	-------------------	--	---	---	---

# Полезные ссылки и важные материалы

- **ИВРогид:** <https://school.hse.ru/nis/ivrogid>
- **Описание области:** <https://school.hse.ru/nis/businessproject>
- **Проектная заявка и информация по разделам:** <https://school.hse.ru/nis/projectproposal>
- **Критерии оценивания проектов:** <https://school.hse.ru/nis/criteriaproject/>
- **Лента времени и дедлайны:** <https://school.hse.ru/nis/timeanddeadline>





## Финальные советы

- ✓ Всегда будьте на связи с экспертом;
- ✓ Ориентируйтесь на первую волну защит;
- ✓ Не оставляйте ИВР на последний момент, ведь хорошую работу за месяц сделать очень сложно.

