

Ako napláňovať svoj projekt

vzdelávací materiál



Projektový plán je nevyhnutný pre stanovenie harmonogramu projektových prác, potreby nasadenia ľudských zdrojov, pre odhad a riadenie rizík spojených s projektom a tiež pre odhad nákladov.



Projektový plán je základný nástroj pre riadenie projektu.

Úlohou projektového plánu je poskytnúť:



zoznam konkrétnych úloh, ktoré majú byť v rámci projektu splnené - zahŕňa všetky činnosti vykonávané v súvislosti s projektom. Po vyhotovení zoznamu aktivít je možné ich zoradiť do vyšších celkov (tzv. míľnikov) a zobraziť v časovom harmonograme



prehľad očakávaní, obmedzení a rizík projektu - každý projekt má určité výstupy a očakávania kvôli ktorým sa realizuje. Je tiež vystavený rôznym rizikovým faktorom, ktoré ho môžu predĺžiť, predražiť alebo zmariť výstupy projektu. Eliminovať tieto riziká je prioritou risk manažmentu projektu, ktorého úlohou je identifikácia rizikových faktorov, ich analýza, kvantifikácia, definovanie priorit a vytvorenie plánu opatrení na zmiernenie rizika



rozpočet projektu - pri tvorbe rozpočtu je potrebné zakomponovať všetky náklady, ktoré priamo aj nepriamo súvisia s realizáciou projektu



odhad celkovej náročnosti na ľudské kapacity a ostatné prostriedky - optimálna realizácia aktivít projektu závisí od zručností, koordinácie a komunikácie členov projektového tímu



časový harmonogram projektu - poskytuje informácie o dobe realizácie projektu, dĺžke trvania jednotlivých aktivít, určuje logickú nadväznosť jednotlivých aktivít a poukazuje na ich vzájomné vzťahy

Existuje množstvo nástrojov, ktoré uľahčujú riadenie projektov. Jedným z tých najdostupnejších je Excel. Pripravili sme pre vás šablónu dokumentu. Keďže žiadne dva projekty nie sú rovnaké, vopred pripravené tabuľky na riadenie projektu nemôžu pokryť potreby všetkých projektov. Jednoducho si ich upravte podľa potrieb a špecifik vášho konkrétneho projektu.

Pri príprave vášho projektu odporúčame zrealizovať nasledovné kroky:

1. Vytvorenie projektu

1.1 Pred začatím projektu

Zamyslite sa nad tým, čo chcete urobiť – a to buď sám, ako koordinátor projektu a projektový manažér v jednej osobe, alebo s celým vaším tímom.

Odpovedzte si na nasledujúce otázky:

- Čo chceme riešiť?
- Aké sú ciele nášho projektu?
- Ako musia jednotlivé aktivity na seba nadväzovať?
- Koho a čo budeme potrebovať na realizáciu jednotlivých aktivít?
- Na riešenie týchto otázok môžete využiť metodiku brainstormingu.
- Na začiatku si môžete urobiť hrubý plán, ktorý dokáže skúsený učiteľ urobiť aj „z hlavy“, na základe svojich predchádzajúcich skúseností.



1.2 Vytvorte zadanie projektu

Základná definícia a základné časti projektu:

- Názov projektu
- Projektový manažér (koordinátor)
- Garant/garanti projektu
- Projektový tím
- Ciele projektu
- Merateľné prínosy projektu
- Nemerateľné prínosy projektu
- Rozsah aktivít projektu
- Časový harmonogram a mílniky projektu
- Rozpočet projektu
- Komunikačný plán
- Riziká projektu

1.3 Rozdelte projekt do ucelených fáz a určite mílniky projektu

Jednotlivé fázy projektu by mali mať približne rovnakú dĺžku, pričom na konci fázy by mal byť nejaký čiastkový výstup. Mílnik je nejaká významná udalosť alebo výstup v priebehu projektu. Často sa jedná o koniec etapy. Mílnik je bod spätnej kontroly projektu, v ktorom sa môže prijať rozhodnutie o zmene v projekte.

1.4 Rozdelte projekt do jednotlivých tématických oblastí

Tématickou oblasťou je napríklad zber informácií o riešenej problematike, komunikácia, príprava akcií, stretnutia s firmami, ktoré budú zapojené do projektu a pod.



1.5 K tématickým oblastiam určite výstupy a určite aj výstupy jednotlivých mílnikov

Podľa vyššie uvedených tém si môžete určiť aj mílniky projektu a výstupy jednotlivých fáz/etáp/mílnikov projektu.

2. Pred každým mílnikom

2.1 Naplánujte aktivity na jednotlivé časové úseky – týždne

Neplánujte príliš detailne a predčasne celý projekt. Urobte si detailný plán vždy na jeden mílnik dopredu, aby ste si nepridávali zbytočnú prácu, vzhľadom na veľký počet premenných, ktoré budete riešiť v aktuálnej fáze projektu.

3. Na prvej projektovej schôdzke – Kick-off meeting

Na základe aktivít rozdelte úlohy jednotlivým členom tímu. Periodicita schôdzok projektového tímu je na vašom rozhodnutí. Odporúčaná frekvencia stretnutí tímu je 1 krát týždenne, ale záleží to na vašom rozhodnutí a na type a rozsahu projektu.

4. Na každej ďalšej projektovej schôdzke

Akokoľvek dobre pripravený plán sa môže vplyvom reality meniť. Nechať váš projektový plán neupravený, ho urobí nefunkčným. Aby ste eliminovali tieto riziká, pri pravidelných stretnutiach vášho projektového tímu odporúčame nasledovný postup.

- Skontrolujte úlohy z minulej schôdzky
- Skontrolujte aktivity z predchádzajúceho obdobia
- Rozdeľte nové úlohy



5. Na konci každého míľnika

- Analýza toho, čo sa stihlo a čo nie a prečo?
- Aké problémy v priebehu realizácie nastali, a ako sa im vyhnúť?
- Ak sa niečo nestihlo, upraviť výstupy z nasledujúceho míľnika alebo dokonca celého projektu.



Čo je komunikačný plán
a na čo ho potrebujeme?

Komunikačný plán je nástroj, ktorý sprostredkováva správy, informácie o priebehu prác na projekte, o jeho výstupoch a aktivitách. Komunikačný plán je nástroj, ktorý zabezpečuje, aby subjekt, ktorý komunikuje posielal čistú a špecifickú správu s merateľnými výsledkami.



V rámci komunikačného plánu je určené:

- ✓ Čo budeme komunikovať?
- ✓ Kedy?
- ✓ Komu?
- ✓ Ako budeme komunikovať?
- ✓ Aké na to využijeme komunikačné nástroje?
- ✓ Kto je zodpovedný za prípravu jednotlivých komunikačných výstupov a s kým na ich tvorbe budeme spolupracovať?

Tu je odporúčaný postup pri tvorbe komunikačného plánu.

1. Určíte si ciele komunikácie

Hlavným cieľom komunikačných aktivít je zvyšovať povedomie o význame projektu, jeho aktivitách a o jeho výstupoch. Ciele komunikácie pre jednotlivé fázy projektu môžu byť odlišné.

2. Určite si cieľové skupiny

Pri každej komunikačnej aktivite je dôležité si stanoviť cieľovú skupinu.

Môžu to byť **žiaci školy**, ktorá projekt realizuje, **pedagogickí a nepedagogickí zamestnanci školy, spolupracujúce školy** alebo školy v okolí, **odborná a zainteresovaná verejnosť**, samospráva **obce/mesta**, **mimovládne organizácie, súkromný sektor** a organizácie, ktoré sa zaoberajú činnosťami, ktoré budú riešené v projekte.



Od úplného začiatku tvorby komunikačného plánu je kľúčové mať stanovené relevantné cieľové skupiny. To znamená vyprofilovať, identifikovať a rozdeliť si rozdielne skupiny osôb alebo firiem podľa rozličných kritérií – segmentov.

3. Určite komunikačné ciele

Medzi primárne ciele komunikácie patrí:

- Informovať a vzdelávať
- Budovať povedomie o projekte, o jeho aktivitách a výstupoch
- Ovplyvňovať a presvedčať dôležité subjekty, ktoré by vám mohli pomôcť pri realizácii vášho projektu
- Odlišovať sa od konkurencie, od podobných projektov
- Pripomínať sa

4. Voľba komunikačných nástrojov

Štvrtý krok komunikačného plánu je potrebné naviazať na komunikačné ciele, t. j. akými spôsobmi a technikami ich možno dosiahnuť s maximálnou efektivitou.

Ďalším podstatným bodom je zvoliť si formu komunikácie s cieľovou skupinou. Tá môže byť :

- a) Osobná komunikácia** – osobné emaily, online diskusie, telefonický kontakt, list a pod.
- b) Neosobná komunikácia** – reklama, či marketing na internete

Výber médií, pri ktorých máme na výber zo štyroch druhov

- a) **Primárne médiá** – rozhovor „tvárou v tvár“
- b) **Tlačené médiá** – noviny, časopisy, letáky, knihy
- c) **Vysielacie médiá** – rozhlas, televízia, počítač, telemarketing
- d) **Interaktívne (sieťové) médiá** – sociálne siete, web, email

Dôležité je zvoliť komunikačné médiá podľa ich využívania cieľovými skupinami –
zvoliť vhodné médiá pre jednotlivé segmenty, resp. kombináciu komunikačných nástrojov.



Sociálne médiá sú postavené na týchto nosných základoch:

1. Online komunikácia a diskusné fóra
2. Blogy (jednotlivca, komunity, firemné)
3. Sociálne siete (Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Snapchat, Tumblr, TikTok)
4. Aplikácie

5. Časový harmonogram komunikácie

Pripravte si časový harmonogram komunikácie a aj tvorby jednotlivých komunikačných výstupov.

6. Určite zodpovednosť za jednotlivé komunikačné výstupy

Pri tvorbe komunikačných výstupov musí byť vopred jednoznačne určené, kto je za tvorbu výstupu zodpovedný, či sa výstup bude realizovať prostredníctvom vlastných kapacít alebo budú použité externé kapacity a v akom rozsahu, cene a pod.



MOJE POZNÁMKY

