Дәріс 13.

Мақсаты-Қазақстанда жыл сайынғы Медиакурултай арқылы таратылатын тәжірибені қолдана отырып, оқиғалар мен жобаларды іске асыру үшін маңызды ақпараттық себептер ұсыну.

Сыртқы факторлардың әсері, мысалы, нарықтың даму серпіні және жаңа нарықтардың пайда болуы, басқарушылық парадигмалардың өзгеруі, жобалардың кешенділігін арттыру, стратегиялық басқару мәдениеті мен кәсіби қызмет саласы және т.б. ретінде жобалар менеджментін дамыту. технологиялығымен, ұтымдылығымен және тиімділігімен ерекшеленетін жобалар бойынша қызметке жаңа тәсілдерді әзірлеуді талап етеді. Өз кезегінде, жобалық қызметтің макро - және микро орталарын өзгерту жобаның ішкі ортасын түбегейлі өзгертеді және жоба менеджментінде адекватты белгілі құралдарды пайдалануды және жаңа құралдарды құруды талап етеді.

Бұрын "өнер", "шеберлік", "ноу-хау (know-how)" пәні болып табылатын жобалық қызметтің кейбір компоненттерін технологияландыру және "кемелденген" кәсіби мамандардың интуициясы қажеттілігі. жобалар менеджментін қолданудың кеңеюімен және салдары ретінде жобалардың жоғары кәсіби менеджерлеріндегі жетіспеушілігімен анықталады.

"Кемелденген" жоба менеджерінің кәсіби қызметінің компоненттерінің "технологиясына" мәліметтер үнемі оның класының сипаттамасы және "ноу-хау" жұмысының сипаттамасы болып табылатын, үлкен сақтықты, жақсы тәжірибені және салмақты тәсілді талап етеді. Алайда, басқару интегративтік мәдениет, нарық жағдайындағы қызмет стратегиясы және командалық "ойындар" ретінде жобалардың қазіргі заманғы менеджментін қайта ойластыру және дамыту күн тәртібінде бұрын болмаған міндеттерді шешуге мүмкіндік береді.

Осындай өзекті міндеттердің бірі жобаны тиімді орындау үшін жобалық командалардың өзін-өзі ұйымдастыру болып табылады. Тапсырманың өзектілігі және оны шешуге дайындық:

\* қазіргі заманғы жобалар менеджментінің стратегиялық сипаты және нарықтық жағдайларда компаниялар қызметіне тиісті көзқарас;

\* жобалау командалары үлгілерінің алуан түрлілігі (өзін-өзі басқаратын, өзін-өзі уәждейтін және т. б.), олардың мәдениеті және жоба командаларын құру мен қызметіне заманауи көзқарас;

\* жоба менеджментінің қазіргі заманғы командасының мәні және оның жобадағы көп позициялылығы (жобаны жүзеге асыру технологиясының элементі ретінде және индивидуумдар тобы ретінде басқару субъектісі ретінде));

\* жобалау қызметін стандарттаудың және жоба менеджерлерінің кәсіпқойлығы мен шеберлігіне қойылатын талаптарды біріздендірудің жалпы тренді.

Жалпы жағдайда," жоба менеджменті командасының өзін-өзі ұйымдастыру технологиясы " деп жобаны жүзеге асыру метатехнологиясының элементі ретінде КМП өзін-өзі реттеу, өзін-өзі оқыту және өзін-өзі ұйымдастыру процестерін қамтамасыз ету мақсатында пайдаланылатын нормалар мен ережелердің, құралдар мен іс-қимылдардың өзара байланысты жиынтығы түсініледі.

Егер осындай "өзін-өзі ұйымдастыру технологиясын" (ТСО) қалыптастыруға және пайдалануға жүйелік тәсілді қолданса, онда орынды:

\* КМП жүйесі ретінде қарастыру;

\* КМП ТСО қолдану аймағы мен шарттарын анықтау;

\* өздігінен ұйымдастырылған жүйелер тұрғысынан КМП-ның өзін-өзі ұйымдастыру метатехнологиясын қалыптастыру;

\* КМП ТСО әзірлеу және іске асыру үшін Project Management құралдарының ықтимал жиынтығын анықтау.

Бұл тәсіл сондай-ақ, атап айтқанда, жобаның барлық командасы 10-12 адамнан аспайтын және жеке КМП қалыптастыру орынсыз жобалар үшін қолданылады. Алайда, бұл жағдайда ТСО өзі басқару құрамдастарын ғана емес, сонымен қатар команданың басқа мүшелерінің жобасы бойынша кәсіби қызметінің ерекшеліктерін ескеруі тиіс.

**Бақылау сұрақтары:**

1. Бизнес секторын дамытуда ең қажетті бағыттардың кең ауқымды бизнес-макеттерін құрыңыз

2. Бизнес-жоспар құрылымын құрыңыз

3. Ұлттық идеяны ілгерілету "жобасына SWOT-талдау жасаңыз»

4. Жобаны іске асыру үшін коммуникативтік арналарды ұсыныңыз.

5. Нәтижеге қол жеткізуді жоспарлау схемасын құрыңыз

**Ұсынылатын әдебиет:**

1. Грей К. Ф., Ларсон Э. У. жобаларды Басқару. Болезней. М.:2014

2. Семенюта А. Н. жобаларды басқару негіздері: оқу құралы. Минск: Асар, 2009.

3. Лебедева Т. Паблик рилейшнз: жүйелік модельдер, технологиялар. М: 2007.

4. Дэвид Мирман Скотт. Маркетинг пен PR жаңа ережелері. М.: Альпина Паблишер. 2015