

---

# КАК СТАТЬ НАСТАВНИКОМ ПРОЕКТОВ

---

Пётр Федин, Надежда Янушкевич

Целеполагание проекта

**Лекториум**  
lektorium.tv



по заказу  
Академии наставников

2019

У нас есть понимание того, какой продуктовый результат мы хотим получить. Необходимо претворить это понимание в программу конкретных действий: какие задачи мы будем решать, какими ресурсами эти задачи должны быть обеспечены и т. д.

Для начала определим, какие задачи нам надо делать. Этот критерий обычно называется целью: конечный результат, эффект деятельности, на достижение которого направлен результат. Цель необходимо сформулировать так, чтобы все участники команды ее понимали и разделяли.

Цели бывают только у существей, обладающих субъектностью (умеют думать, рефлексировать, принимать решения).

### Уровни целей

	<b>Команда</b>	<b>Человек</b>	<b>Вопрос</b>
Стратегический	Миссия	Мировоззрение, предназначение	Зачем все?
Тактический	Цель	Достижение	Чего мы хотим достичь на этом этапе?
Операционный	Задача	Дело	Что нужно сделать, чтобы достичь цели?

Когда мы формулируем цель, нам необходимо придерживаться определенного набора критериев.

### Критерии SMART

S — specific (конкретная)

M — measurable (измеримая)

A — attainable/achievable (достижимая)

R — relevant/realistic (реалистичная)

T — time-bound (привязанная ко времени)

### Применение критериев SMART

- **Прямой способ**  
Уже сформулировали цель, проверяем ее по критериям
- **Обратный способ**  
Подбираем формулировку из множества вариантов, так, чтобы соответствовать критериям

### Зачем нужно целеполагать?

1. Чтобы иметь проверочный критерий для фокусировки: что мы делаем в этом проекте, а что выходит за его рамки
2. Чтобы понимать, зачем мы делаем проект, занимаемся ли мы достижением конкретной цели, которая также будет измеримой, достижимой, реалистичной и привязанной к каким-то дедлайнам. В результате мы можем переходить к разбиению нашей цели на какие-то задачи

### История о работе с критериями SMART

В программе «Школа IT-решений» процесс построен так:

1. Мы проводим для ребят дизайн-мышление
2. Ребята сами проводят исследования, выявляют проблемы, а потом присылают нам заявки на проект
3. Мы приглашаем их на мероприятие «Мастерская по Customer Development» для того, чтобы конкретизировать или сменить тему

Однажды к нам пришла команда с очень понятной проблемой — тяжелые рюкзаки. Но когда ребята в мастерской проверяли свою идею, в том числе по критериям SMART, оказалось, что они не в их силах ее реализовать за такой короткий срок: нужно много ресурсов, существует много ограничений и т. д. Команда огорчилась, но мы предложили им взять еще неделю для того, чтобы провести исследования и найти другую школьную проблему.

Мы могли бы сгладить какие-то углы, позволить ребятам делать этот проект. Но тогда могло получиться так, что через пару месяцев команда бы потеряла веру в проект, в себя и в то, что они вообще могут сделать что-нибудь настоящее. Критерии SMART помогают разговаривать с ребятами без каких-либо личных оценок их проектов.