
КАК СТАТЬ НАСТАВНИКОМ ПРОЕКТОВ

Юрий Молодых

Заказчик инженерного проекта

Лекториум
lektorium.tv



по заказу
Академии наставников

2019

Заказчик инженерного проекта

В рамках реализации инженерных проектов участие заказчика может быть на нескольких содержательных и смысловых уровнях, каждый из которых требует все большего и большего включения заказчика. Можно начать сотрудничество с простых форматов, а по мере развития отношений выйти на более серьезный уровень.

1. Постановка задачи

- Стандартный кейс
- Идея на отработку
- Конкретный заказ

2. Оценка результата

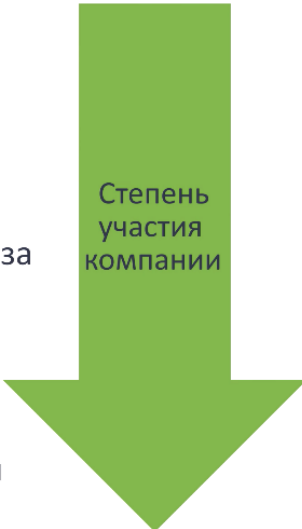
- Техническая экспертиза
- Оценка перспектив проекта

3. Консультации

- Специфика области
- Экскурсии и практики
- Профессиональные компетенции

4. Внедрение продукта

- Участие во внедрении
- Обратная связь от использования



Степень
участия
компании

Конечно, найти заказчика, который готов выполнить все функции, довольно сложно. Можно выделить три критерия, позволяющие определить идеального заказчика:

1. Реальные технологические задачи
2. Техническая экспертиза
3. Готовность участвовать в образовании (проведение консультаций, практикумов)

Реального заказчика можно дополнять в областях, где есть дефицит включения.

Если говорить об участии заказчика и глубине его погружения в проект, который реализует кружковая команда, следует в первую очередь обратить внимание на следующие аспекты:

1. Степень заинтересованности заказчика
2. Форматы, в которых заказчик может участвовать

Чем больше мы хотим от заказчика, тем глубже он должен быть погружен в проект, чтобы поддерживать и реализовывать требуемые форматы. В первую очередь ориентируйтесь на заинтересованность, которую заказчик показывает в ходе взаимодействия. Если заказчик готов вкладывать ресурсы в работу с кружком, предлагайте ему все доступные форматы. Если интерес небольшой или отсутствует (такое бывает, когда заказчик участвует в проекте по административным причинам), то постарайтесь все взвесить и найти такой формат, который будет комфортным и для вас, и для заказчика.

В пособии «Кружки 2.0» мы предлагаем создать карту экосистемы потенциальных партнеров и заказчиков. Ниже представлен шаблон такой карты.

Карта экосистемы потенциальных партнеров и заказчиков		
Самые сильные школы (или школы с активным преподавательским составом)	ЦМИТы	Дома детского творчества с инженерными кружками
	Кванториум(ы)	
	Фаблабы	Коммерческие кружки, в том числе франшизы федеральных сетей
Ключевые вузы	Мероприятия: Инженерные смены	Органы управления образованием
	Мероприятия: Конкурсы	Центры повышения квалификации
	Мероприятия: Выставки	
	Мероприятия: Важные олимпиады	Институты развития образования
Инновационные компании в регионе	Компании, поддерживающие работу со школьниками	Федеральные программы, реализующиеся в регионе

В первую очередь советуем ориентироваться на сотрудничество с ключевыми вузами региона, которые ведут собственные научные или прикладные разработки. Особенно это важно для проектов, в которых участвуют школьники, поскольку они являются потенциальными абитуриентами этих вузов.

Кроме того, полезными партнерами являются сильные инновационные компании, которые решают технологические задачи. Такое партнерство может быть очень продуктивным, если вы найдете способ их заинтересовать. Например, им может быть интересен пиар или представление их собственных наработок через призму школьной или студенческой деятельности.

Поиск потенциальных партнеров и заказчиков — весьма трудоемкий процесс, но такое сотрудничество может стать очень ценным. Школьникам и студентам важно налаживать контакт с высокомотивированными профессионалами.

Федеральные проекты в регионах (например, ЦМИТы, Кванториумы, Проектория) можно использовать как источник кейсов и идей. Стоит наладить рабочий контакт с представителями подобных проектов и мониторить соответствующее информационное поле.

Если у вас уже есть проблема, которую вы решаете в своем проекте, полезно следить за информационным потоком, пресс-релизами компаний или лиц, которые занимаются в вашем регионе данной тематикой, и искать возможность наладить с ними контакты — через холодные звонки, письма.