

ЖЕЛТЫЙ БЛОКНОТ



ЭТАПЫ РАБОТЫ

1. Идея
2. Исследование
3. Проработка исследований
4. Поиск и аккумулярование нужной информации
5. Оформление работы
6. Реализация и презентация работы
7. Комплексное продвижение
8. Пост-сопровождение

ИДЕЯ

- Идея должна быть актуальной, опережающей и одновременно закрепляющей, дополняющей прошлые работы по заданной теме, если они были, действительно нужной
- Проработка задачи идеи проекта должна соответствовать принципам SMART для большей производительности
- Уже на этапе «идеи» необходимо всегда быть готовым к основательной переработке проекта (или способа презентации/продвижения) в случае неудачи на любой стадии

ИССЛЕДОВАНИЕ

- Исследование необходимо поделить на группы и этапы
- Все результаты необходимо четко фиксировать
- Также нужно сохранить ход исследования в письменном/распечатанном виде для возможности вернуться обратно на определенную точку

ПРОРАБОТКА ИССЛЕДОВАНИЙ

- Проработка исследований должна быть максимально детальной и основательной для выявления всех недочетов
- Если выявлены критические ошибки, исследования необходимо провести заново

ПОИСК И АККУМУЛИРОВАНИЕ ИНФОРМАЦИИ

- Для начала необходимо проверить достоверность источников информации
- На этом этапе необходима большая степень усидчивости и возможность грамотно фильтровать информацию
- Информация должна быть теоретической прослойкой исследования, а не его основой

ОФОРМЛЕНИЕ РАБОТЫ

- Работа должна быть написана грамотным языком (научным, юридическим т.д.), соответствующим сфере работы
- У работы должна быть своя структура, отдельно вынесенный теоретический базис, ход работы, результаты и список литературы

РЕАЛИЗАЦИЯ И ПРЕЗЕНТАЦИЯ РАБОТЫ

- Необходимо подготовиться ко всем возможным вопросам по проекту, знать его как свои пять пальцев, четко понимать его суть и результаты, актуальность, необходимость обществу
- Также необходимо позаботиться об интересной и лаконичной подаче проекта
- По мере продвижения в различных этапах презентации с проектом, нужно корректировать непредусмотренные ошибки, отмеченные слушателями

КОМПЛЕКСНОЕ ПРОДВИЖЕНИЕ

- Продвижение можно осуществлять через участие в конференциях, других проектах, СМИ, освещение в интернете (через создание собственной странички проекта, например)
- Привлеките к нему заинтересованных в поставленной вами проблеме людей (руководители, ученые, деятели и т. д.)

ПОСТ-СОПРОВОЖДЕНИЕ

- Нужно удерживать позицию проекта на информационном рынке путем необходимого корректирования стратегии продвижения, анализируя бреши в ней, дополнения проекта новыми частями, витками исследований, привлечения большего круга людей

ИДЕАЛЬНЫЙ ЧЛЕН ПРОЕКТНОЙ ГРУППЫ

- Обладает необходимой базой знаний для исследования
- Обладает железной силой воли, усидчивостью, внимательностью и терпением
- Открыт к новым идеям, способен переработать проект с нуля
- Способен достойно презентовать проект интересным образом
- В нем сочетаются все 4 составляющие одаренности (интеллект, социальный интеллект, эмоциональный интеллект, креативное мышление)
- Его показатель КРІ максимален

РИСКИ

Чтобы проектная идея превратилась в прототип, рабочую модель и смогла заинтересовать потенциальных заказчиков, необходимо помнить следующие риски:

- Проект развивается после смены только в том случае, если по итогу школы получился презентабельный прототип
- Обязательно должно быть сотрудничество с учителем и заказчиком. В первом случае — потому что характер знаний после смены не всеобъемлющий, а навыки проектирования и работы с заказчиком не отточены. Во втором — чтобы не витать в облаках и иметь площадку для выхода, без чего проект не продвинется дальше
- Чтобы проект был востребованным, мало описать потенциальную потребность на словах, нужно ещё, чтобы у него был «потребитель», который понимает проект и как его применить, и может его использовать