

Вопросы и задания

1. В чем основные отличия проектирования от исследования?
2. Каковы сходства между проектом и исследованием?
3. Чем отличаются этапы проектирования от этапов исследования?
4. Есть ли разница между проектным и исследовательским методами обучения?

4 Классификации проектов

Методы управления проектами зависят от масштаба проекта, сроков реализации, качества, ограниченности ресурсов, места и условий реализации. Все названные факторы являются основанием для выделения различных типов проектов, их классификации, например:

По масштабу – микропроект, малый, средний, мегапроект.

– микропроект – чаще всего, это форма представления индивидуальной инициативы, получившей признание окружающих. Микропроект делается для себя и своих. Он может не требовать внешнего финансирования, специального оборудования, может создаваться из подручных средств;

– малые проекты невелики по масштабу, просты и ограничены объемами. Специфика малых проектов состоит в том, что они допускают некоторое упрощение в процедуре проектирования и реализации (простой график, руководитель – одно лицо, необязательно создание команды проекта и т. д.);

Так, например, в американской практике малые проекты связаны с объемом капиталовложений в размере 10–15 млн долл., трудозатратами до 40–50 тыс. чел. Типичный пример малого проекта – модернизация действующих производств.

– средние проекты наиболее распространены в практике. Они имеют сравнительно небольшую длительность – до 2–5 лет, требуют более тщательной проработки всех подсистем проекта и предполагают более значительные затраты;

– мегапроекты – целевые программы, содержащие множество взаимосвязанных проектов, объединенных общей целью выделенными ресурсами, отпущенным временем. Мегапроекты обладают высокой стоимостью – до 1 млрд долл., трудоемкостью до 2 млн чел., длительностью реализации – до 5–7 лет;

По сложности – простые, организационно сложные, технически сложные, ресурсно-сложные, комплексно-сложные;

По срокам реализации – краткосрочные, средние и долгосрочные. Краткосрочные проекты требуют для своей реализации примерно год, максимум два, они обычно реализуются в производстве новинок различного рода, опытных установках, восстановительных работах. Коммерческие проекты часто реализуются именно как краткосрочные. Среднесрочные проекты

осуществляются за 3–5 года. Длительность осуществления долгосрочных проектов 10–15 лет;

По требованиям к качеству и способам обеспечения – бездефектные, модульные, стандартные. Бездефектные проекты направлены на повышение качества продукции или услуг; модульные – на обеспечение качества по какому-либо определенному направлению;

По уровню участников – международные, отечественные, государственные, территориальные, местные;

По характеру проектируемых изменений проекты делятся на инновационные и поддерживающие (реанимационные, реставрационные). Задача инновационных проектов – внедрение принципиально новых разработок. Основная цель поддерживающих проектов – сохранить status quo. Поддерживающие проекты можно разделить на антикризисный, чрезвычайный, проект реформирования, проект реструктуризации;

По сферам и направлениям деятельности – строительные, инжиниринговые, финансовые, исследовательские (маркетинговые), технические, технико-экономические, консалтинговые, научно-технические, экологические, социальные, политические и т. д.;

По особенностям финансирования – инвестиционные (основной мотив инвестора – получение прибыли), спонсорские – спонсор предоставляет средства на поддержку проекта, если это может стать формой его рекламы или презентации, сформировать образ фирмы), кредитные (получение финансовых средств возможно только при условии предоставления гарантий кредитному учреждению, поэтому кредитный проект предполагает развернутое финансово-экономическое обоснование), бюджетные (источники финансирования – бюджеты различных уровней), благотворительные (как правило, это бездоходные и затратные проекты, финансирование их имеет форму меценатства, грантовую форму);

По затрачиваемым ресурсам и получаемой прибыли – коммерческие (получение прибыли), социальные (достижение социальных целей);

По признаку преобладающей направленности могут быть: информационно-просветительскими, обучающими, реабилитационными (психологическая, социально-психологическая, трудовая реабилитация), физкультурно-оздоровительными, художественно-творческими, культурными.

Существуют текущие проекты и проекты развития.

Текущий проект – проект, основной целью которого является зарабатывание прибыли, используя имеющийся потенциал компании. Выполняя текущие проекты, компания зарабатывает прибыль.

Проект развития – проект, основной целью которого является создание или развитие потенциала компании. Выполняя проекты развития, компания несет затраты на развитие своего потенциала для того, чтобы в будущем зарабатывать прибыль и увеличивать свою стоимость, используя данный потенциал.

Также проекты различаются по тематике, цели, срокам и составу (рис. 2).



Рис. 2 Классификация проектов

Кроме того, различают следующие типы проектов:

- *исследовательские* – такие проекты требуют хорошо продуманной структуры, четко обозначенных целей, явной актуальности предмета исследования, социальной значимости, продуманных методов, в том числе, экспериментальных, опытных работ, различных методов обработки результатов. Эти проекты полностью подчинены логике исследования и имеют структуру, приближенную или полностью совпадающую с подлинным научным исследованием: аргументация актуальности взятой для исследования темы, определение проблемы исследования, его предмета и объекта, обозначение задач исследования в последовательности принятой логики, определение методов исследования, источников информации, определение методологии исследования, выдвижение гипотез решения обозначенной проблемы, определение путей ее решения, в том числе, экспериментальных, эмпирических, опытных, обсуждение полученных результатов, выводы, оформление результатов исследования, обозначение новых проблем на дальнейший ход исследования;

- *творческие* – данные проекты, как правило, не имеют детально проработанной структуры совместной деятельности участников – она только намечается и далее развивается, подчиняясь конечному результату, обновляясь согласно принятой группой логике совместной деятельности, интересам участников проекта. В случае работы над таким проектом следует договориться о планируемых результатах и форме их представления (презентации, совместной газете, сочинении, видеофильме, драматизации, спортивной игре, празднике, экспедиции и др.). Однако оформление результатов проекта требует четко продуманной структуры в виде сценария;

- *игровые* – в таких проектах структура также только намечается и остается открытой до окончания проекта. Участники принимают на себя определенные роли, обусловленные характером и содержанием проекта. Это

могут быть литературные персонажи или выдуманные герои, имитирующие социальные или деловые отношения, осложняемые придуманными ситуациями. Результаты таких проектов могут намечаться в начале проекта, а могут вырисовываться лишь к его концу. Степень творчества здесь очень высока;

– *информационные* – этот тип проектов изначально направлен на сбор информации о каком-то объекте, явлении, на ознакомление участников проекта с этой информацией, ее анализ и обобщение фактов, предназначенных для широкой аудитории. Такие проекты так же, как и исследовательские, требуют хорошо продуманной структуры, возможности систематической коррекции в процессе работы над проектом;

– *практико-ориентированные* – эти проекты отличает четко обозначенный с самого начала результат деятельности его участников. Причем этот результат обязательно ориентирован на социальные интересы самих участников. Такой проект требует хорошо продуманной структуры, сценария всей деятельности его участников с определением функций каждого из них, четких выходов и участия каждого в оформлении конечного продукта. Здесь особенно важна хорошая организация координационной работы в плане поэтапных обсуждений, корректировки совместных и индивидуальных усилий, в организации презентации полученных результатов и возможных способов их внедрения в практику, организация систематической внешней оценки проекта;

– *телекоммуникационный проект* – это совместная учебно-познавательная, творческая или игровая деятельность учащихся, имеющая общую цель, согласованные методы, способы деятельности, направленная на достижение общего результата и организованная на основе компьютерной телекоммуникации. Телекоммуникационные образовательные проекты, в отличие от проектов, проводимых в рамках одного учреждения, всегда являются межпредметными.

Приведем пример еще одной классификации проектов (Таблица 2).

Таблица 2. Классификация проектов

Классификационные признаки	Типы проектов				
	По уровню проекта	Проект	Программа		Система
По масштабу (размеру) проекта	Малый	Средний		Мегапроект	
По сложности	Простой	Органи- зационно сложный	Технически сложный	Ресурсно сложный	Комплексно сложный
По срокам реализации	Кратко- срочный	Средний		Долгосрочный	
По требованиям к качеству и способам его обеспечения	Безде- фектный	Модульный		Стандартный	
По совокупности проектов	Монопроект		Мультипроект		
По уровню участников	Отечественный:		Международный		

	- государственный; - территориальный; - местный.		
По характеру целевой задачи	Антикризисный, Маркетинговый, Образовательный.	Реформирование, Инновационный, Чрезвычайный.	
По объекту инвестиционной деятельности	Финансовый, Инвестиционный.	Реальный Инвестиционный	
По главной причине возникновения проекта	Открывшиеся возможности	Необходимость структурно-функциональных преобразований	Реорганизация
	Чрезвычайная ситуация		Реструктуризация
			Реинжиниринг

Литература

1. Муравьева Г.Е. Вопросы теории проектирования образовательных процессов // Пед. образование и наука, 2002. № 4. – С. 14–21.
2. Полевая Н.М. Основы проектной деятельности: учебное пособие для студентов направления подготовки «Социальная работа» / Н.М. Полевая, В.В. Ситникова. – Благовещенск: Амурский гос. ун-т, 2020. – 100 с.

Вопросы и задания

1. Раскройте типы проектов, подготовив сообщение и презентацию.
2. Выберите реально существующий проект, проанализируйте, к какому виду он относится, используя знания, полученные при изучении классификаций проектов.
3. Определите разницу между текущим проектом и проектом развития.
4. Опираясь на свои знания и опыт, приведите пример микропректа.

5 Жизненный цикл проекта

Жизненный цикл проекта – это промежуток времени между моментом появления, зарождения проекта и моментом его ликвидации, завершения.

Жизненный цикл практического проекта проходит стадии

- постановки практической проблемы – проблематизации;
- поиска способа решения проблемы – проектирования решения;
- планирования достижения желаемого результата;
- практической реализации проекта;
- завершения проекта.

Жизненный цикл исследовательского проекта проходит стадии

- постановки исследовательской проблемы;
- разработки гипотезы;
- проектирование способа проверки гипотезы;

- планирование проверки гипотезы;
- практической реализации проекта.

Определение проблемы

Проблемной называется ситуация, в которой:

- 1) есть актуальная потребность в чем-то, т.е. обнаруживается несоответствие между тем, “что есть” и тем, “что требуется”;
- 2) неизвестно, как устранить это несоответствие.

Проблема – это потребность в действии, когда неизвестно как действовать.

Всякий проект разрабатывают, когда осознают потребность в чем-то, чего еще нет, т.е. хотят что-то создать, или что-то улучшить.

Поэтому, представляя свой проект, говорят: “Мы хотим построить дом”, “Мы хотим создать школьный музей”, “Мы хотим улучшить дизайн пришкольного участка”, “Мы хотим организовать выставку фоторабот учащихся”. Но сказать так – значит только обозначить объект, который будет создаваться или совершенствоваться.

Представь себя в роли человека, заказывающего строителям построить ему дом. Ты же не скажешь: “Постройте мне какой-нибудь дом”. Нужен дом, обладающий определенными качествами, и ты должен будешь сообщить об этом строителям. Точно так же, если кто-то захочет создать школьный музей, то нужно решить, каким он должен быть? Если плохо определить “что требуется”, то с большой вероятностью окажется, что, когда дело будет сделано, его результат нас не удовлетворит.

Определяя проблему, мы определяем потребность в чем-то, чего пока не существует, или потребность в улучшении чего-то уже существующего. Наличие потребности в изменениях – условие необходимое для того, чтобы проект начал реализовываться, но недостаточное. Нужно еще, чтобы существовали возможности для достижения требуемого. Поэтому при разработке проекта необходимо выявить, что возможно сделать, и какой результат, отвечающий потребности, реально можно получить. Достижение этого результата будет целью проекта.

Проблемы различаются масштабом. Одни проблемы возникают в жизни конкретного человека, другие проблемы возникают у школы, третьи – проблемы страны, народа. Существуют и проблемы всего человечества, например, связанные с угрозами его существованию из космоса.

Многим кажется, что проблемы выявлять просто, поскольку они сами себя обнаруживают.

Например, выбирая тему проекта, учащиеся определили в качестве проблемы мусор на улицах и во дворах и считали, что таким образом проблема поставлена, и дальше нужно искать ее решение. Но преподаватель обратил их внимание на то, что, по-видимому, есть причины того, что на улицах и во дворах много мусора. Существование этих причин и составляет суть проблемы. Не поняв причин, вряд ли удастся найти способ улучшения ситуации.

В большинстве случаев проблемы не висят на транспарантах и не написаны на стенах, их нужно выявлять и содержательно определять, т.е. отвечать на вопрос: “В чем состоит проблема?”.

Ответ на этот вопрос называют постановкой проблемы или проблематизацией.

Профессионалы утверждают, что хорошо поставить проблему – значит, наполовину решить ее.

На этом же этапе необходимо определить тему проекта. Тема должна быть:

1. Актуальной, то есть недостаточно изученной, иметь определенную новизну и практическую полезность.

2. Интересной и оригинальной. Работа вызывает настоящий интерес только при наличии какой-то «изюминки». Редкие, необычные темы имеют преимущества по сравнению с типичными.

3. Достаточно конкретной, а не слишком объемной.

К типичным ошибкам при формулировке темы проекта можно отнести:

1. Слишком общее, выходящее за рамки конкретной работы, создает впечатление, что работа реферативная: «Производство стали»; «Станки с программным управлением»; «Диеты и их последствия»; «Исследование воздуха»; «Лечебные свойства света»; «Любите и берегите природу» и т. п.

2. Слишком узкое, не отражающее полностью содержание проекта.

3. Не соответствующее содержанию проекта.

4. Слишком «бойкое», журналистское: «Солнце, воздух и вода – наши лучшие друзья»; «Если хочешь быть здоров – закаляйся»; «Наше здоровье – в наших руках»; «ГМО: что это такое и стоит ли бояться?»; «СПИД – чума XXI века» и т.п.

План действий

Чтобы достичь цели, нужно выполнить, какие-то действия. Но прежде, чем действия начнут выполняться, их нужно спланировать. План действий определяет, кто, что, когда, где должен сделать, какой результат получить, чтобы достичь желаемых результатов. Решать сложные проблемы без хорошо продуманного плана – значит намного увеличивать риск неудачи. Особенно в тех случаях, когда проблема решается группой людей. Когда дело плохо спланировано, всегда обнаруживается, что что-то нужное не сделано, поскольку никому не было поручено. В результате возникают конфликты, разрушающие совместную работу. Люди больше тратят времени на выяснение отношений, а не на дело.

Ресурсы

Выполнение всяких действий требует ресурсов: человеческих, материальных, технических, информационных, финансовых. Каким бы замечательным не был план, он останется лишь замыслом, если для его выполнения не окажется достаточных денежных средств, или исполнители не будут обладать нужной квалификацией, или не окажется нужных технических возможностей. Поэтому в процессе планирования нужно решить, какие потребуются ресурсы и из каких источников они будут получены. Можно

захотеть создать школьный театр, но это, помимо энтузиазма создателей, требует помещений, реквизитов, оборудования и другого.

Практическая реализация

Хорошо продуманный план – основа успеха проекта. Но даже хорошие планы не могут предусмотреть всего. Поэтому при практической реализации проекта необходимо контролировать, в какой мере фактический ход работ соответствует запланированному. Если они перестанут соответствовать, нужно решать, как изменить план, чтобы достичь цели.

Анализ и оценка итогов проекта

На этой стадии важно понять, что мешало реализации проекта, какие ошибки были допущены, в чем их причины и что нужно сделать, чтобы избежать аналогичных ошибок в будущем.

Результаты выполненных проектов должны быть осязаемыми: если это теоретическая проблема, то ее решение, если практическая – конкретный результат, готовый к использованию на занятиях, в реальной жизни.

Реализация любого проекта сопряжена с рисками. Риск в проектной деятельности – вероятное событие, в результате которого субъект, принявший решение, теряет возможность достичь запланированных результатов проекта или его отдельных параметров, имеющих временную, количественную и стоимостную оценку.

Риски поделены на систематические (субъективные: технические риски, прямые ценовые риски, риски рынка, налоговые риски, риски управления) и несистематические (объективные: природные, экономические, социально-политические, юридические риски).

Литература

1. Основы проектной деятельности: учебно-методическое пособие / сост. И. М. Дудина; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. – Ярославль: ЯрГУ, 2019. – 28 с.
2. Технология проектной деятельности: учебное пособие / [Стрижов А.Н. и др.]; под редакцией Е.Л. Перченко. – Череповец: ЧГУ, 2021. – 98 с.
3. Хелдман К. Управление проектами: Быстрый старт / К. Хелдман. – Саратов: Профобразование, 2017. – 352 с.

Вопросы и задания

1. Что такое жизненный цикл проекта?
2. Сформулируйте идею проекта. Выделите проблему, которая должна быть решена с помощью предлагаемого проекта. Выделите общую цель и ресурсы. Определите риски проекта.

Сегодня онлайн-службы доставки еды в России развиты как никогда ранее. Но почему бы не воспользоваться этим рынком и не создать сервис по приготовлению еды, где пользователи могли бы самостоятельно выбрать блюдо, которые им нужно, а не просто заказывать блюда из готового каталога? Это весьма перспективная идея для нового проекта.

Экологически чистая косметика

С каждым днем наше общество все больше осознает ответственность за загрязнение планеты и люди теперь выбирают продукты, полезные для здоровья. Создание экологически чистой и безопасной косметики может стать отличной идеей для проекта.

Решение для проблем пищевых отходов

Проект, ориентированный на сокращение пищевых отходов, может принести проекту самые серьезные инвестиции. Ведь решения для пищевых отходов сегодня ищут многие крупные и средние бизнесы.

Физические упражнения

Посмотрите на огромное количество мобильных приложений, которые стремятся воздействовать на тех, кто занимается спортом. Индустрия физических упражнений – настоящий клад для новых проектов. Вы можете «изобрести» очень многие продукты: от спортивного питания до новых методик занятий.

Литература

1. Бланк С., Дорф Б. Стартап: Настольная книга основателя. – М.: Альпина Паблишер, 2015. – С. 29.
2. Бланк С. Четыре шага к озарению. Стратегии создания успешных стартапов. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 368 с.
3. Что такое стартап: простыми словами – полное руководство <https://kokoc.com/blog/startup/>.
4. Ицаков Е.Д. Стартап как проект. – Дело (РАНХиГС), 2021. – 28 с.

Вопросы и задания

1. Чем отличается стартап-проект от любого другого проекта?
2. Раскройте типы стартапов.
3. Приведите пример идеи стартап-проекта.

9. Упаковка проекта и поиск ресурсов для дальнейшего развития

Часто, начинающие стартаперы пребывают в «предпринимательской иллюзии» и полагают что их идея/патент/технология стоит шестизначных сумм в иностранных валютах. Но это миф, его нужно рушить, а проекты «причесывать» и упаковывать.



Зачастую первый диалог выглядит примерно так...

В следующий раз данный персонаж приходит уже подготовленным, и говорит на что ему нужны инвестиции. Но получает новую порцию вопросов, на которые у него нет ответа. И так продолжается много раз, пока с ним не перестают встречаться, а его «стартап» списывается со счетов, как и сотни других таких же.



У российских изобретателей много идей, патентов, решений, но они не знают, как их применить. С чего начать и как достигнуть результата? Ответ в упаковке проекта. Каким бы уникальным проект не представлялся основателям, хорошо сделанная упаковка – это 35% успеха в получении инвестиций.

Упаковка проекта – набор документов, цифровых и материальных элементов, обосновывающих готовность вашего проекта к вложениям или мотивирующих потребителя к покупке (тестированию) продукта/проекта. Это то, как выглядит Ваш проект или его составляющая глазами Ваших потенциальных клиентов. Внешняя оболочка, которую видит человек, который еще не приобрел Ваш продукт или услугу и не знает его реального качества.

Есть конфета, а есть ее фантик. Фантик – это упаковка. Далеко не факт, что конфета окажется такой же вкусной, насколько красив фантик. Однако, если фантик имеет хороший дизайн и сделан качественно, вероятность покупки именно этой конфеты возрастает в разы.

Три основных класса упаковки

Для инвестора. Вы готовите проект для «показательного» выступления перед инвестором и демонстрируете, что достойны вложений.

Для покупателя. Вы готовите проект для потенциальных покупателей и упаковкой привлекаете лидов¹.

Для стратегического планирования. В этом случае вы готовите проект для полного понимания его развития и связанных с этим рисков.

Три уровня упаковки

Первый уровень – базовый. Не требует больших ресурсов на создание. Он должен быть всегда у любой команды. Это тот минимум, который позволит заинтересовать потенциального инвестора и продолжить с ним предметное общение по проекту. В список атрибутов первого уровня входит:

- Резюме проекта
- Текст Elevator Speech
- Логотип команды, логотип проекта, название

¹ Лид (lead) – потенциальный покупатель

- Визитки
- Презентация для выступления длительностью 5 минут
- Паблик команды (сообщество)

Второй уровень

Показывает привлекательность вложения средств. Требуется более детальной проработки. На упаковку второго уровня уходит от нескольких недель до нескольких месяцев. Некоторые команды привлекают к разработке этих документов опытных бизнес-аналитиков, которые рассчитывают необходимые показатели в финансовом плане, занимаются расчетом рынка и др. Документы второго уровня:

- Описание команды и фотосессия
- Прописанная бизнес-модель проекта
- Финансовый план
- Презентация для прочтения

Третий уровень

Требуется больших вложений в упаковку, так как вам необходимо предоставить вещественные доказательства вашего продукта. Упаковка третьего уровня включает в себя:

- Сайт компании
- Прототип
- Видеопрезентацию прототипа
- Статистику первых продаж

Упаковывать в проекте необходимо следующие направления:

Сайт. Главная функция сайта – превращать его посетителей в клиентов. Для этого сайт должен быть удобно спроектирован, иметь современный дизайн, понятно представлять всю информацию, интересующую потенциального клиента. Чтобы сайт продавал лучше, структура сайта должна строиться на поведении и потребностях посетителей. Самую важную и важную информацию на странице располагаем выше, второстепенную, дополняющую – ниже. Предоставив ключевую информацию, постарайтесь склонить посетителя оставить свои контакты в обмен на какую-то выгоду. Выгода должна быть максимально простой и ни к чему не обязывающей. В идеале: «Получите что-то полезное бесплатно!».

Тексты и статьи. Грамотно написанный текст – это мощнейший инструмент повышения лояльности аудитории, подтверждения своей экспертности, поддержания интереса к продукту и так далее. Все большую популярность и востребованность набирают специалисты по контент-маркетингу. Это стратегия, суть которой состоит в том, чтобы набирать базу подписчиков и делиться с ней полезной и интересной для нее информацией. С помощью этой стратегии можно создать большой и постоянно растущий поток продаж без особых усилий.

Ядро продукта и сам продукт. Внешняя упаковка – это хорошо, но повторные продажи и рекомендации от клиентов невозможны, если Вы

производите некачественный продукт/услугу. Просто решите проблему человека качественно, и он обязательно обратится еще раз и приведет друзей.

Маркетинговые материалы (визитки, баннеры, объявления и т.д.). То, что Вы оставляете клиенту как напоминание о себе, не должно вызывать у него желания расстаться с этим поскорее. Закажите солидный и современный дизайн визитки, потратитесь на приятный материал. Напишите на визитке, чем Вы занимаетесь и чем можете быть полезны. Хорошо работают на повторные продажи маленькие подарки клиентам, которые жалко выкинуть. Например, магнит с приятной картинкой и логотипом компании. Дарите такие магниты всем клиентам после оказания услуг. Магнит будет долго висеть на холодильнике, и все гости будут его видеть, интересоваться.

Главное, что нужно запомнить – встречаются по одежке.

Первое впечатление не исправить, поэтому Ваша главная задача – выглядеть как можно лучше. При этом не забыть про суть и качество самого продукта.

Литература

1. Дрю Мейер Управление цветом в упаковке. Подробный справочник графического дизайнера. – РИП-Холдинг, 2009. – 222 с.
2. Основы проектной деятельности: метод. указания / Минобрнауки России, Ом. гос. техн. ун-т; сост.: А.И. Блесман, К.Н. Полещенко, Н. А. Семенюк, А.А. Теплоухов. – Омск: Изд-во ОмГТУ, 2021. – 38 с.
3. Проектная деятельность: электрон. учеб.-метод. пособие / Г.в. Ахметжанова [и др.]. – Тольятти: Изд-во ТГУ, 2019.
4. Стюарт Б.; Пер. с англ. Грачёва В.В. Упаковка как инструмент эффективного маркетинга: Учебное пособие. – М.: МГУП, 1999. – 144 с.

Вопросы и задания

1. Как вы считаете, какое значение имеет упаковка для проекта?
2. Опишите классы упаковки.
3. Что означает базовый уровень упаковки?
4. Какие направления необходимо упаковывать в проекте?
5. Что такое маркетинговые материалы и как их правильно упаковать?
6. Подготовьте отчет и доклад-презентацию о проекте, в котором изложены суть и результаты проекта.