

10 zasad dowożenia projektów nierealnych : jak odnosić sukcesy w trudnych i złożonych projektach informatycznych / Marcin Dąbrowski. – Gliwice, copyright © 2024

Spis treści

WPROWADZENIE — JAK I DLACZEGO POWSTAŁA TA KSIĄŻKA 25

CZĘŚĆ I. PROJEKTY NIEREALNE

ROZDZIAŁ 1. CZYM SĄ PROJEKTY NIEREALNE	35
Typowe problemy projektów nierealnych	36
Cechy projektu nierealnego	38
Podsumowanie	43

ROZDZIAŁ 2. JAK I DLACZEGO POWSTAJĄ PROJEKTY NIEREALNE	45
Jakie środowisko sprzyja powstawaniu projektów nierealnych	46
Do czego zwykle prowadzą procesy zakupowe	49
Dlaczego to nie ma sensu	51

ROZDZIAŁ 3. CZY PROJEKT NIEREALNY MOŻNA DOWIEŹĆ	55
Przykłady projektów nierealnych, które zakończyły się sukcesem	56
Jak klient rozumie sukces projektu	60
10 zasad dowożenia projektów nierealnych	62

CZĘŚĆ II. METODYKI I CERTYFIKATY – BS

ROZDZIAŁ 4. FABRYKA CERTYFIKATÓW	67
Certyfikaty vs praktyka i doświadczenie	68
Fabryka certyfikatów	70
Własne sposoby zarządzania projektami — czyli zdrowy rozsądek i wyciąganie wniosków z historii firmy	71
Podsumowanie	73

ROZDZIAŁ 5. BEZRADNOŚĆ METODYK I CERTYFIKATÓW W ZDERZENIU Z KLUCZOWYMI PROBLEMAMI PROJEKTÓW NIEREALNYCH	75
Powtarzające się, chroniczne opóźnienia	76
Puchnący, „wybuchający” zakres prac	78
Straty finansowe na projekcie	79
Brak zasobów, brak zespołu	81
Brak kompetencji dziedzinowych w firmie	81
Nieokreślony i ciągle zmieniający się cel projektu	82
Nieprzychylny lub wrogi nastawienie klienta	83

Ciągła presja klienta na „więcej i lepiej"	85
Unikanie podejmowania decyzji po stronie klienta	86
Zaskakujące, destrukcyjne i nieprzewidywalne decyzje po stronie klienta	86
Naliczanie kar, groźba zatrzymania projektu czy nawet zerwania kontraktu przez klienta	88
Podsumowanie	89
 ROZDZIAŁ 6. WIEDZA PRAKTYCZNA — BRAKUJĄCE OGNIWO	 91
 CZĘŚĆ III. 10 ZASAD DOWOŻENIA PROJEKTÓW NIEREALNYCH	
 ROZDZIAŁ 7. ZASADA 1. ZAANGAŻUJ SIĘ W NEGOCJACJE KONTRAKTU	 97
 ROZDZIAŁ 8. ZASADA 2. ZDEFINIUJ, CO OZNACZA „DOWIEZIENIE" PROJEKTU	 113
 ROZDZIAŁ 9. ZASADA 3. BĄDŹ PRZYDATNY I POKAZUJ ZAANGAŻOWANIE	 125
 ROZDZIAŁ 10. ZASADA 4. BUDUJ RELACJE ORAZ SIŁĘ WPŁYWU	 135
 ROZDZIAŁ 11. ZASADA 5. SKUP SIĘ NA POSTĘPACH, BĄDŹ PRAGMATYCZNY	 145
 ROZDZIAŁ 12. ZASADA 6. WYWIERAJ PRESJĘ I WYKORZYSTUJ SWOJĄ POZYCJĘ	 157
 ROZDZIAŁ 13. ZASADA 7. ŚWIADOMIE ZARZĄDZAJ PRZEPŁYWEM INFORMACJI	 171
 ROZDZIAŁ 14. ZASADA 8. DBAJ O KONDYCJĘ FINANSOWĄ PROJEKTU	 181
 ROZDZIAŁ 15. ZASADA 9. TWÓRZ I DOKUMENTUJ WŁASNĄ HISTORIĘ PROJEKTU	 191
 ROZDZIAŁ 16. ZASADA 10. SKUP SIĘ NA DŁUGOTERMINOWEJ RELACJI Z KLIENTEM	 201
 PODSUMOWANIE	 209