



ВОРКШОП/
WORKSHOP

ОПИСАНИЕ ФОРМАТА

1. Краткое определение формата

Воркшоп – это формат коллективной работы, в рамках которого участники работают в небольших группах под руководством фасилитатора. В основе формата лежит решение практических бизнес-задач.

По результатам воркшопа каждая команда представляет разработанные концепты решений поставленной задачи.

Возможно включение в формат воркшопа образовательных элементов для передачи участникам знаний, необходимых для решения поставленной задачи.

2. Назначение формата

- Решение конкретной прикладной бизнес-задачи. На выходе – несколько версий решения бизнес-задачи (концептов решений). Как правило, бизнес-задачи связаны с оптимизацией производств, повышением производительности труда, научно-технологическим и инновационным развитием компаний, проектированием полигонов для тестирования технологий в компаниях и регионах и т.д.

- Решение «сопутствующих» вопросов для организаторов (например, поиск людей/команд, экспертов для проекта или закрытия вакансий и т.д.)

3. Навыки, которые отрабатываются участниками в рамках мероприятия

- Командная работа (навыки коммуникации, понимания, следования конкретной инструкции и т.д.)
- Навык работы с вопросами
- Навык слушания и фиксации ключевых тезисов
- Навык формулировки и изложения собственных тезисов
- Навык (быстрого) принятия решения (-ий)
- Навык распределения ролей и функционального/содержательного соответствия заданной роли в команде (лидер, генератор идей, исполнитель и т.п.)

Примеры в мире



MIT Global
Startup
Workshop



Воркшоп компании
Amazon «Разработка
исследовательской программы
в области разговорного
искусственного интеллекта»

Примеры в России



Примеры в сети



Воркшоп «Цифро-
вое производство»,
21 апреля 2018
года. «Точка кипения» – Томск



4. Обязательный набор позиций

Содержательная часть воркшопа:

- Заказчик
- Потребитель результата
- Фасилитатор/помощник фасилитатора
- Методолог воркшопа (разрабатывает и/или адаптирует уже существующую методологию проведения воркшопа)
- Генератор контента (разрабатывает контент с учетом бизнес-задачи и этапов групповой работы)
- Бизнес-аналитик (формулирует ожидаемый результат воркшопа, помогает участникам определить ключевое содержание бизнес-вопроса и т.д.)
- Носители уникальных знаний для работы в группах, имеющие четкое понимание содержания мероприятия и оказывающие помощь группе в достижении результата (приглашенные эксперты в предметной области, представители бизнеса/заказчика/потребителя)
- Визуализаторы и/или стенографы. Фиксируют ход обсуждения и визуально оформляют результаты каждого этапа работы группы, чтобы помочь участникам «быстро вспоминать» и обращаться к уже наработанному содержанию (на усмотрение организаторов, в зависимости от сложности бизнес-задачи)

Организационная часть воркшопа:

- Маркетолог/руководитель продвижения. Занимается продвижением и поиском участников. Работает с сайтом воркшопа, организует и проводит информационную кампанию с учетом необходимого профиля компетенций участников.

- Event-менеджер (-ы). Занимается подготовкой площадки проведения воркшопа, обеспечением питания, логистикой, регистрацией участников и т.д.)

5. Типы мероприятий данного формата

- Самостоятельное мероприятие
- В рамках крупного мероприятия (форум, конференция и т.д.)

6. Требования к участникам

Соответствие профилю компетенций, формируемому с учетом бизнес-задачи

7. Ожидаемый результат

Для организаторов

- Конкретное решение обозначенной задачи
- Проявление «новых» специалистов

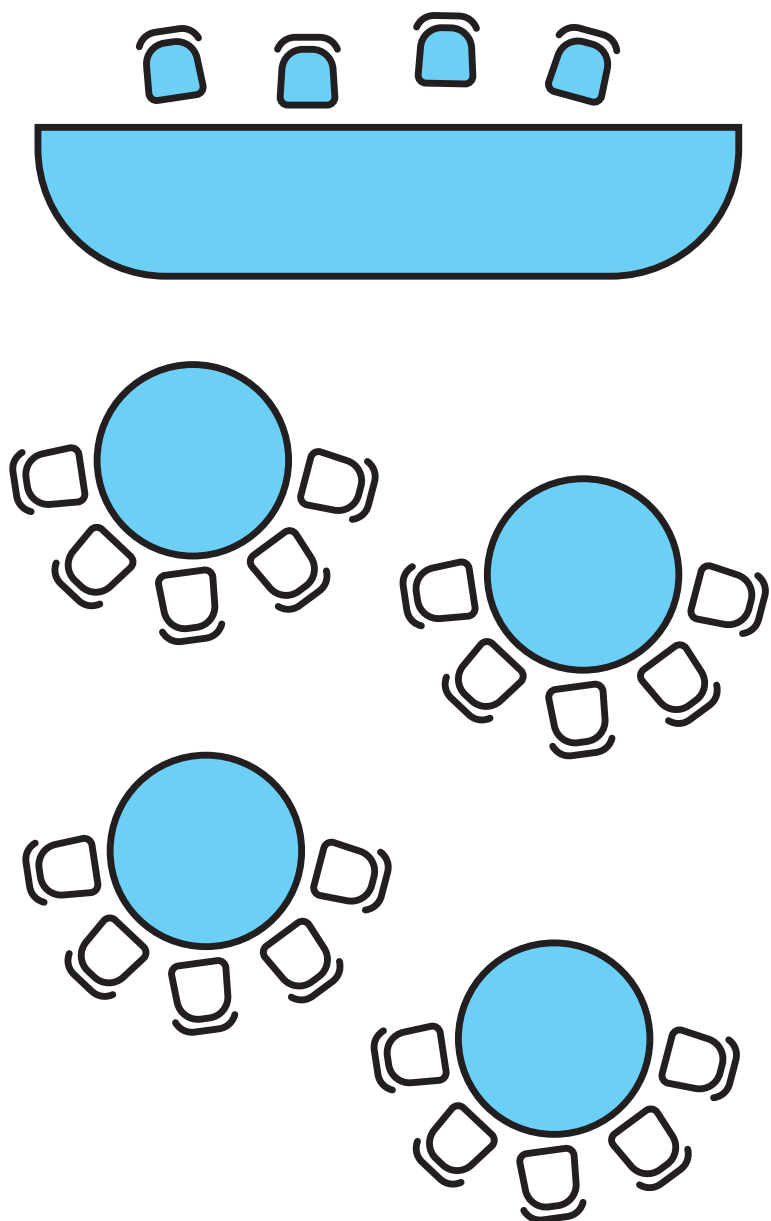
Индивидуальный

- Освоение новых навыков/отработка профессиональных навыков
- Получение уникальной информации
- Установление деловых контактов

Коллективный

- Разработка коллективного продукта

8. Типовая схема рассадки участников



5 ФАКТОРОВ, ОБЕСПЕЧИВАЮЩИХ МИНИМАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО

- 1** Наличие:
 - реального бизнес-кейса, актуального на момент подготовки и проведения воркшопа
 - конкретного заказчика в проекте (бизнес-кейсе) с четким пониманием проблем, потребностей
 - позиции «Потребитель результата внутри организации». Основная функция – продвижение полученного результата внутри организации, вовлечение коллег в его реализацию/доработку
- 2** Наличие качественного фасилитатора (при поиске фасилитатора возможно использование цифровых инструментов, позволяющих профилировать людей по заданным критериям)
- 3** Наличие четко сформулированного ожидаемого результата воркшопа (конкретная измеримая задача)
- 4** При отборе участников воркшопа пользоваться принципом релевантности. Например, через составление мини-анкеты:
 - профайл участника
 - мотивация участия
 - экспертность и компетенции в конкретной теме
 - психотип (ролевая модель) – участник должен быть вовлечен в командную работу, но не должен отрицательно влиять на динамику процесса и «перетягивать» внимание участников только на себя/свои знания
- 5** Разработка сценария и методологии воркшопа, методологии групповой работы

КОММЕНТАРИИ ЭКСПЕРТОВ

/ в чем ключевая особенность формата



Павел Доронин

CEO AI Today

”

Формат «Воркшоп» распространен в технологическом секторе и занимает важное место в инновационном цикле, например, решение технологических задач, проработка бизнес-кейсов и т.д. В основе формата «Воркшоп» – реальный «живой» бизнес-кейс, актуальный запрос бизнеса на текущий момент.

Микс форматов будет идти по двум направлениям. Первое – это смесь on-line и off-line, что позволяет увеличить воронку. Второе – это построение мультимедийной цепочки мероприятий для решения сложной задачи, например, развития технологической экосистемы крупной компании

“

ПАРАМЕТРЫ ФОРМАТА В СЕТИ «ТОЧЕК КИПЕНИЯ»

Частота использования формата

Среднее значение – 206 мероприятий прошли в формате Воркшоп



Организаторы

Бизнес	25%
Университеты	49%
Экосистема НТИ	8%
Другое (включая Институты развития, Школы/Детские сады, НКО, Банки и т.д.)	18%

Среднее количество участников

21 человек

21

Средняя продолжительность

3 часа (на базе мероприятий leader-id.ru)
Рекомендуемая продолжительность: от 1 до 3 дней
(в зависимости от сложности задачи)

3
часа

Среднее значение индекса планирования

0,86 – в мероприятии в среднем по факту принимает участие 86% пользователей от общего числа зарегистрированных

0,86

Минимально необходимое число специализаций участников

От 3 до 15 специализаций

3-15

Распределение мероприятий по типам

Регистрация по запросу	71
Закрытые мероприятия	46
Открытые мероприятия	83
Расширенная регистрация (вводятся дополнительные поля)	5

ИСТОЧНИКИ

Ссылки (QR-коды)

