

Investigación de Requisitos

Metodología, técnicas y actitudes para la relación Cliente-Proveedor



Duración Estimada:
3 Días (24 horas)

Presentación

Después de muchos años de evolución de las Tecnologías de Información y las Comunicaciones, se constata que una gran parte de los **fracasos de los proyectos** que generan servicios de TIC (del orden del 50%) tienen su origen en la **identificación y gestión de los requisitos**.

Si bien las dificultades de gestión han quedado razonablemente resueltas por las herramientas de ingeniería de requisitos, **las dificultades de identificación persisten**

La razón radica en que, según nos indica la experiencia, para identificar fielmente las necesidades del negocio y las expectativas de los clientes, se requiere una combinación de **metodología y habilidades de relación**.

Este curso muestra una metodología basada en la integración de habilidades técnicas y habilidades interpersonales o actitudes para conseguir la correcta identificación de requisitos y que se alcance el **acuerdo** deseado y consciente, entre **cliente y proveedor, sobre el sistema** o servicio a desarrollar.

Objetivos

El seminario presenta la problemática de relación usuario-analista y facilita:

- Una metodología repetible para descubrir las necesidades del negocio.
- La práctica de las técnicas de investigación de requisitos
- El descubrimiento de las actitudes necesarias en la relación cliente-proveedor y su entrenamiento mediante Role Play
- Una visión de equipo entre cliente y proveedor que conduzca al éxito del proyecto.
- Destaca las habilidades interpersonales adecuadas para el entendimiento y acuerdo entre usuario y analista





Audiencia objetivo

El curso va dirigido a:

- Analistas funcionales
- Analistas de negocio y Consultores
- Jefes de proyecto
- Directores de departamento
- Clientes internos (Usuarios)
- Participantes en el desarrollo de proyectos
- Interlocutores en las áreas cliente

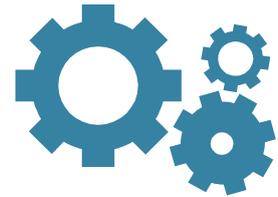
Beneficios



- Mejora la relación cliente-proveedor
- Facilita la obtención de los requisitos del cliente
- Ayuda a alcanzar el acuerdo Cliente - Proveedor
- Concreta el alcance del proyecto o servicio
- Optimiza el tiempo de desarrollo
- Optimiza la productividad de los desarrolladores
- Provoca mayor efectividad en las pruebas de aceptación
- Minimiza la necesidad de cambios durante el proyecto
- Permite una mejor estimación de plazos y costes
- Promueve el ajuste técnico-económico de alcance y presupuesto
- Instruye en como presentar al cliente la solución propuesta

Contenido

- Objetivos de la investigación de requisitos
- Los requisitos y el ciclo de vida del software
- Tipos de requisitos
- Conceptos utilizados en la metodología:
 - *Eventos*
 - *Procesos*
 - *Entidades*
- Etapas del Proceso de investigación
 - *De Investigación*
 - *La estrategia*
 - *Los documentos*
 - *La observación*
 - *La confirmación*
 - *De Consolidación*
 - *Redacción*
 - *Validación*
 - *Ajuste*
 - *Presentación y acuerdo*
- Técnicas de investigación
 - *Entrevistas/ Reuniones*
 - *La lectura crítica*
 - *La observación*
 - *Los cuestionarios*
- Técnicas de consolidación
 - *Informes*
 - *Checklist*
 - *Presentaciones*
- Comportamientos y actitudes
 - *Comunicación-Asertividad-confianza*
 - *La relación cliente proveedor*
 - *Negociación y resolución de conflictos*
 - *La escucha y el retorno*



Metodología

• Personalización

Investigación previa sobre expectativas y áreas de interés de los participantes y su empresa
Adaptación del mensaje a las expectativas y metodología del cliente en caso de existir

• Interactividad

Las soluciones propuestas a los casos prácticos se obtienen mediante trabajo en grupo
Cada grupo presenta sus propuestas para discusión y mejora

• Casos prácticos

Los casos prácticos permiten a los alumnos aplicar las herramientas y conceptos aprendidos siguiendo cada uno de los pasos de la Metodología
Se practica sobre un caso real no identificable que sirve de hilo conductor de inicio a fin.
Los Role-Play se corresponden con situaciones reales, resultando simulaciones muy próximas al entorno real de los participantes.

• Tutoría

El proceso de gestión requiere de un cambio cultural que no se provoca solo con la formación en un curso monográfico, por lo que se puede contratar (opcionalmente) el servicio de tutoría que vela por el cumplimiento y aplicación de las buenas prácticas y de la metodología.