

АВТОНОМНАЯ НЕКОМЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ В
ПРОМЫШЛЕННОСТИ»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор

_____ Самолетов Р.В.

«_____» _____ 2015

ПРОГРАММА ГОСУДАРСТВЕННОГО ЭКЗАМЕНА

Направление подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Уровень высшего образования:

Бакалавриат

Москва 2015

Введение

Итоговая государственная аттестация осуществляется государственными экзаменационными комиссиями, организуемыми в АНО ВО «ИЭУП» по каждой основной профессиональной образовательной программе.

Итоговый междисциплинарный экзамен на факультете менеджмента АНО ВО «ИЭУП» является составной частью государственной аттестации выпускников, завершающих обучение по основной профессиональной образовательной программе подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

При сдаче итогового междисциплинарного экзамена студент должен проявить систематизированные знания, полученные в процессе обучения, а также компетенции, конкретизированные в п. 2.1 настоящей Программы (Федеральный Государственный образовательный стандарт высшего образования. Направление 38.03.02 «Менеджмент»).

К итоговому междисциплинарному экзамену допускаются лица, завершившие полный курс обучения по основной профессиональной образовательной программе и успешно прошедшие все предшествующие промежуточные испытания, предусмотренные учебным планом.

1. Основная тематика, включаемая в итоговый междисциплинарный экзамен.

Итоговый междисциплинарный экзамен по направлению 38.03.02 Менеджмент включает тематику общепрофессиональных дисциплин, дисциплин теоретической и практической подготовки: теория менеджмента, маркетинг, управление персоналом организации, стратегический менеджмент, инновационный менеджмент в управлении, управление проектами.

2. Требования к профессиональной подготовке бакалавра по направлению 38.03.02 «Менеджмент».

2.1 Бакалавр должен уметь решать проблемы, соответствующие его степени (квалификации).

Бакалавр менеджмента

- знаком с основными положениями экономической теории, а также учениями в области управленческих и социальных наук, способен анализировать значимые проблемы и процессы в системах управления, а также умеет использовать методы этих наук в различных видах профессиональной деятельности;

- имеет целостное представление о процессах и явлениях, происходящих в обществе и бизнесе, а также о тенденциях развития российской и мировой экономик;

- владеет методами инструментального анализа, необходимыми для выполнения профессиональных функций;

- владеет компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации,

Здесь и далее при ссылке на Федеральный государственный образовательный стандарт используется код 38.03.02

применяемыми в сфере менеджмента;

- способен пользоваться профессиональной литературой на иностранных языках;

- подготовлен к продолжению образования, умет приобретать новые знания, в том числе, используя современные информационные технологии.

3. Форма проведения итогового междисциплинарного экзамена.

Итоговый экзамен осуществляется в форме устного опроса студента Государственной экзаменационной комиссией по экзаменационному билету.

В состав Государственной экзаменационной комиссии входят ведущие преподаватели факультетов менеджмента, экономики и социологии АНО ВО «ИЭУП».

Билеты итогового междисциплинарного экзамена включают четыре вопроса, представляющие собой комплексные задания по профессионально-ориентированным междисциплинарным проблемам. Приводимое ниже содержание программы характеризует не вопросы, включаемые в билеты, а те теоретические положения и прикладные методики, которые должны быть использованы студентом при ответе на вопросы билета.

Пример состава вопросов билета междисциплинарного экзамена:

1. Влияние изменения стратегических целей на управление различными составляющими организации.
2. Структура процессов и областей знаний управления проектами.
3. Система управления человеческими ресурсами как одна из ключевых сфер управления бизнес-организациями.
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.

4. Критерии оценки государственного междисциплинарного экзамена по направлению 38.03.02 «Менеджмент»

При проведении итогового междисциплинарного экзамена по направлению 38.03.02 – «Менеджмент» в устной форме устанавливаются следующие оценки знаний выпускников:

Оценка «отлично» и соответствующие ей оценки по десятибалльной шкале за глубокие исчерпывающие знания всего программного материала, понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, рдое :
последовательные, содержательные, полные, правильные и конкретные ответы на все вопросы экзаменационного билета и дополнительные вопросы членов экзаменационной комиссии при грамотном чтении и ч тком из
и графиков; использование в необходимой мере в ответах на вопросы материалов всей рекомендованной литературы.

Оценка «хорошо» и соответствующие ей оценки по десятибалльной шкале за тв рдые и
правильное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и

явлений; последовательные, правильные, конкретные ответы на поставленные вопросы при свободном устранении замечаний по отдельным вопросам; грамотное чтение и четкое изображение схем и графиков

Оценка «удовлетворительно» и соответствующие ей оценки по десятибалльной шкале за четкое изображение схем и графиков

программы; правильные и конкретные, без грубых ошибок ответы на поставленные вопросы при устранении неточностей и несущественных ошибок в освещении отдельных положений при наводящих вопросах экзаменатора; наличие ошибок в чтении и изображении схем и графиков; при ответах на вопросы основная рекомендованная литература использована недостаточно.

Оценка «неудовлетворительно» и соответствующие ей оценки по десятибалльной шкале за неправильный ответ хотя бы на один из основных вопросов и дополнительные вопросы по данному направлению, грубые ошибки в ответе, непонимание сущности излагаемых вопросов.

Студентам запрещается иметь при себе любые электронные устройства, которые могут быть использованы в качестве шпаргалок. При использовании шпаргалок, в том числе мобильных устройств, используемых в этом качестве, студент удаляется с экзамена с оценкой *неудовлетворительно*.

Оценивание знаний студентов по государственному междисциплинарному экзамену проводится в соответствии с Положением об итоговой аттестации выпускников вузов Российской Федерации. Члены экзаменационной комиссии выставляют оценки ответов студента по каждому вопросу билета и каждому дополнительному вопросу. На закрытом заседании экзаменационной комиссии обсуждается характер ответов студента и выставляется согласованная итоговая оценка. В случае расхождения мнения членов экзаменационной комиссии по итоговой оценке, решение экзаменационной комиссии принимается простым большинством голосов; при равном числе голосов голос председателя является решающим.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Теория менеджмента

Возникновение научного управления. Развитие управленческой мысли. Школы менеджмента Школа научного менеджмента Ф.У. Тейлора. История формирования и основные принципы. Административная («классическая») школа в менеджменте. Принципы управления А. Файоля. Школа человеческих отношений. Системный подход. Схема «7S».

Планирование. Понятие миссии организации. Стратегическое планирование. Принципы стратегического, оперативного и тактического планирования.

Организация. Проблема построения организационных структур. Факторы, определяющие особенности организационной структуры. Специализация труда.

Централизация и децентрализация полномочий. Норма управляемости. Формализация. Типы организационных структур, их преимущества и недостатки. Модели проектирования работы. Стратегия и структура организации: идеи А. Чендлера.

Мотивация. Понятия «потребности» и «мотивация». Функция мотивации. Содержательные теории мотивации. Пирамида А. Маслоу, Теория ERG К. Альдерфера, двухфакторная теория Ф. Герцберга, теория приобретенных потребностей Д. МакКлелланда. Процессуальные теории мотивации. Теория ожидания В. Врума. Теория справедливости Дж. Адамса.

Контроль. Контроль как функция менеджмента. Этапы и типы контроля. Процесс контроля. Принципы эффективного контроля по Ньюмену.

Инвестиционный анализ

Введение в принятие управленческих решений на основе анализа финансовой отчетности. Содержание управленческих решений. Решения по использованию и привлечению ресурсов. Инвестиционно-финансовые решения. Финансовый анализ и принятие инвестиционно-финансовых решений. Представление отчетности инвесторам и кредиторам. Методы анализа. Горизонтальный и вертикальный анализ. Индексный анализ. Регрессионный и

трендовый анализ. Аддитивные и мультипликативные модели анализа.

Состав и содержание финансовой отчетности. Обзор финансовой отчетности. Финансовая отчетность как информационная система. Баланс. Прогнозный баланс. Отчет о прибылях и убытках. Отчет об изменениях капитала. Отчет о движении денежных средств. Приложение к балансу. Взаимосвязь показателей различных форм финансовой отчетности. Понятие о консолидированном балансе, доля меньшинства, деловая репутация в консолидированном балансе.

Анализ внеоборотных активов. Нематериальные активы. Виды нематериальных активов. Основные средства. Оценка основных средств. Амортизация основных средств и нематериальных активов. Коэффициенты износа, обновления и выбытия. Доходные вложения в материальные ценности. Долгосрочные финансовые вложения.

Анализ оборотных активов и оборотного капитала. Оборотные активы, чистый оборотный (рабочий) капитал, оборотные средства. Финансовый цикл. Денежные средства и краткосрочные финансовые вложения. Дебиторская задолженность. Оборачиваемость дебиторской задолженности. Реестр старения счетов. Запасы и их структура. Оборачиваемость запасов.

Анализ обязательств. Долгосрочные обязательства. Корпоративные облигации. Краткосрочные обязательства. Кредиторская задолженность. Структура кредиторской задолженности. Оборачиваемость кредиторской задолженности.

Анализ собственного капитала. Балансовая и рыночная стоимость собственного капитала. Уставный капитал. Номинальная стоимость акций. Добавочный капитал. Эмиссионный доход. Нераспределенная прибыль. Резервный капитал.

Анализ затрат на осуществление хозяйственной деятельности. Классификация затрат. Маржинальный доход. Анализ безубыточности. Директ-кост и абсорпшен-кост. Отнесение затрат на продукт и на период. Формирование себестоимости реализованной продукции при использовании директ-кост и абсорпшен-кост, влияние на прибыль.

Анализ отчета о прибылях и убытках. Особенности формирования показателей выручки, себестоимости и прибыли. Показатели EBIT и EBITDA, МОРЪАТ. Валовая прибыль. Прибыль до налогообложения. Чистая прибыль. Базовая прибыль на акцию, разводненная прибыль на акцию.

Анализ движения денежных средств. Понятие притоков и оттоков денежных средств. Чистый денежный поток. Свободный денежный поток. Прямой и косвенный метод построения отчета о движении денежных средств.

Анализ на основе финансовых коэффициентов. Показатели имущественного положения. Показатели ликвидности. Ликвидность активов и ликвидность баланса. Показатели финансовой устойчивости. Показатели деловой активности. Показатели рентабельности. КОА, КОЕ, КОЮ и др. Показатели положения на рынке ценных бумаг. Капитализация компании. EP8, рыночные мультипликаторы (P/E, EУ/EBITDA и другие) . Рыночная добавленная стоимость.

Схема анализа финансовых коэффициентов фирмы Дюпон.

Мультипликативное разложение рентабельности в цепочку взаимосвязанных показателей. Модели устойчивого роста. Эффект финансового рычага. Решение задач по финансовому анализу.

Внутрифирменный финансовый анализ. Показатели внутрифирменной отчетности и оценки. Контролируемые затраты и контролируемая прибыль. Рентабельность инвестиций и рентабельность инвестированного капитала (K01 и КОСЕ). Остаточная прибыль и экономическая добавленная стоимость. Финансовые аспекты сбалансированной системы показателей.

Разработка управленческих решений

Определение управленческого решения (УР) и основные требования к нему. Классификация УР. Основные этапы разработки и принятия УР. Модели процесса разработки и принятия управленческих решений (модель Г. Саймона, рациональная модель, модели формирования идеи решения Г. Минцберга).

Методы диагностики проблем (контрольные листы,

причинно-следственные диаграммы, экспертные методы, в том числе метод шести слов, диагностические интервью).

Качественные методы разработки УР. Дискуссионные методы (метод комиссий, метод суда, метод мозгового штурма, его модификации), их преимущества и недостатки. Анкетные методы (метод ранжирования, метод парных сравнений, метод экспертной классификации, метод Дельфи), их преимущества и недостатки. Метод номинальной группы. Типичные ошибки, связанные с применением экспертных методов разработки УР. Основные эффекты, возникающие при разработке и принятии решений в группе.

Количественные методы разработки и принятия управленческих решений. Возможности применения моделирования при разработке и принятии решений. Классификация управленческих задач, решаемых с помощью экономико-математического моделирования. Проблемы оптимального распределения ресурсов. Методы сетевого планирования и управления.

Выбор решения в условиях многокритериальности.

Принятие УР в условиях риска и неопределенности. Источники рисков в бизнесе. Методы предотвращения и уменьшения рисков. Методы и инструменты разработки и принятия решений в условиях риска и неопределенности (дерево решений, матрица решений, критерии теории игр, критерий ЕМУ, имитационное моделирование).

средствами производственного менеджмента основных характеристик

конкурентоспособного производства: ритмичности работы, непрерывности процессов, надежности плановых расчетов, гибкости управления, соответствия систем управления особенностям производства.

Маркетинг

Сущность современного маркетинга. Характеристика современных концепций маркетинга. Клиенто-ориентированные компании. Рыночно-ориентированные компании. Комплекс функций маркетинга.

Содержание маркетингового процесса, направленного на предоставление

ценности клиентам. Сущность процесса сегментации. Этапы процесса целевого маркетинга. Критерии, используемые для сегментации потребительских и деловых рынков. Методы сегментирования. Критерии выбора целевых сегментов рынка. Стратегии охвата рынка.

Позиционирование товара (фирмы) на рынке. Стратегии позиционирования. Разработка комплекса маркетинга для целевого сегмента рынка.

Исследование поведения покупателей на рынке. Факторы, влияющие на принятие решения о покупке. Этапы принятия решения покупателем. Удовлетворенность и лояльность клиентов.

Задачи и организация маркетинговых исследований. Виды маркетинговых исследований. Характеристика первичной и вторичной маркетинговой информации. Источники вторичной маркетинговой информации. Содержание программы сбора первичной маркетинговой информации. Характеристика методов сбора первичной маркетинговой информации.

Товарная политика фирмы. Мультиатрибутивная модель товара. Классификация новизны товара. Технология создания нового товара.

Управление товарным ассортиментом. Широта, длина и глубина товарного ассортимента. Стратегии относительно товарного ассортимента.

Жизненный цикл товара (ЖЦТ) как основа товарной политики фирмы. Характеристика этапов ЖЦТ.

Понятия «товарный знак», «торговая марка», «бренд», «брендинг». Этапы создания бренда. Частные торговые марки.

Организация сбытовой деятельности на фирме. Характеристика способов организации сбытовой деятельности фирмы. Характеристика каналов распределения. Функции участников канала распределения. Сбытовые стратегии. Факторы, влияющие на выбор структуры каналов распределения. Современные тенденции в организации товаропроводящих сетей.

Коммуникационная политика фирмы. АТБ и ВТЛ - коммуникации. Современные тенденции в сфере маркетинговых коммуникаций. Понятие “реклама”. Закон о рекламе РФ.

Цели и задачи “публик рилейшнз”. Основные методы и средства, используемые специалистами по ПР.

Мероприятия по стимулированию сбыта, цели их проведения. Мерчандайзинг: коммуникации на месте продаж.

Директ маркетинг. Каналы директ маркетинга.

Интегрированные маркетинговые коммуникации. Оценка эффективности инструментов коммуникационной политики.

Организация маркетингового планирования. Сущность и технология маркетингового планирования. Определение миссии и целей компании. Характеристика маркетинговой среды. Маркетинг-аудит. SWOT-анализ. Цели маркетинга. Характеристика стратегий маркетинга. Реализация выбранных стратегий.

Структура стратегического и операционного маркетингового плана. Контроль реализации и корректировка маркетингового плана.

Организация маркетинговой деятельности в компании. Традиционные типы структур

маркетинговых служб: функциональная, товарная, сегментная (рыночная), географическая. Факторы, влияющие на выбор типов структур. Роль внутреннего маркетинга в повышении конкурентоспособности компании.

Современные тенденции в организации маркетинговой деятельности в компании.

Управление персоналом организации

Основные теории и подходы к управлению персоналом (классические теории, теории человеческих отношений, теории человеческих ресурсов, теории человеческого капитала, теории стратегического управления человеческими ресурсами). Современные подходы к управлению человеческими ресурсами в организации: «война» за таланты, управление талантами, внутренний маркетинг.

Система управления персоналом организации: основные функции, организационная структура. Кадровая служба: виды, роли как партнера бизнеса (модель Д. Ульриха), взаимосвязь с другими структурными подразделениями

организации.

Формирование стратегии управления персоналом: понятие, факторы, влияющие на процесс ее разработки, взаимосвязь с общей стратегией организации. Основные подходы к классификации стратегий управления персоналом.

Планирование персонала и его основные этапы. Разработка требований к должности (должностная инструкция, описание рабочего места, модель рабочего места, профиль требований к должности, профессиограмма, карта компетенций). Методы определения численности персонала.

Источники привлечения персонала в организацию. Современные технологии подбора персонала (скрининг, рекрутинг, ехесипуе зеагсп). Процедура отбора персонала в организации: основные этапы и методы. Отборочное собеседование: типы, виды и особенности проведения. Оформление приема на работу. Заключение трудового договора. Испытательный срок. Адаптация персонала: цели и задачи, направления, виды, основные этапы и методы.

Стимулирование и оплата труда персонала. Типы трудовой мотивации работников. Виды и методы стимулирования. Стимулирование работников с разными типами трудовой мотивации. Структура компенсационного пакета организации. Денежное вознаграждение (постоянная часть, условно-постоянная часть, переменная часть), связь с результатами труда. Социальные трансферты.

Основные подходы к развитию персонала организации. Современные концепции развития персонала: концепция обучающейся организации, корпоративный университет, управление знаниями. Модель систематического (непрерывного) обучения персонала. Управление карьерой: виды карьеры, этапы процесса управления карьерой, типовые модели и индивидуальные планы развития карьеры. Формирование и работа с кадровым резервом организации: структура резерва, преемники и дублеры, особенности работы с различными группами кадрового резерва.

Оценка персонала: цели и задачи, основные формы и методы оценки. Аззеззтеш– сешег. Управление по целям: методика оценки достижения цели.

Аттестация персонала: виды, основные участники, обязательные условия и этапы проведения.

Стратегический менеджмент

Стратегический и операционный аспекты управления организацией.

Понятия: стратегия, стратегический менеджмент, стратегическое планирование. Сущность и особенности стратегических решений, их роль в функционировании и развитии компании. Эволюция систем управления и корпоративного планирования. Процесс стратегического управления: анализ внешней и внутренней среды; формирование стратегии и ее реализация; контроль и оценка реализации стратегии. Корпоративная миссия, философия и видение организации.

Иерархия стратегий деловой организации. Особенности стратегий бизнес-единиц и функционального уровня. Базовые корпоративные стратегии: роста, стабилизации, выживания, сокращения. Стратегии концентрации, вертикальной интеграции, диверсификации. Конкурентные стратегии М. Портера: лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование (специализация). Стратегия разработки нового продукта и стратегия быстрого реагирования.

Стратегический анализ и диагностика внешнего окружения компании.

Цели, задачи и инструменты анализа внешней среды. PEST - анализ. Варианты воздействия внешнего окружения: возможности и угрозы. Соотношение понятий: рынок и отрасль, отрасль и конкуренция. Цели и задачи анализа микросреды компании. Барьеры вхождения в отрасль. Конкурентный анализ на основе модели пяти сил М.Портера. Структура и масштабы конкуренции. Ключевые факторы успеха (КФУ). Определение привлекательности отрасли.

Анализ внутренней среды компании: сильные и слабые стороны.

Сущность, цели и методы внутренней диагностики компании. Анализ конкурентоспособности по издержкам на основе «цепочки ценностей» М.Портера.

Модели портфельного анализа. Матрица БКГ, Мак Кинзи. Ограничения матричного метода. Использование SWOT – анализа и поиск синергетического эффекта при формировании и выборе альтернатив. Построение SWOT – матрицы.

Процесс реализации стратегии. Взаимовлияние и взаимосвязь стратегии, организационной структуры и культуры компании. Стратегический контроль. Управление стратегическими изменениями.

Инновационный менеджмент

Государственное регулирование научно-технической деятельности. Состав государственной научно-технической политики. Научная, научно-исследовательская деятельность как деятельность, направленная на получение и применение новых знаний. Научно-техническая деятельность. Экспериментальные разработки. Научный и научно-технический результат как продукт научной и научно-технической деятельности. Понятия научной и научно-технической продукции.

Государственное финансирование научных и научно-технических разработок. Гранты и коммерциализация научных и научно-технических результатов.

Понятия инновации и инновационного проекта как комплекса мероприятий. Понятия инновационной инфраструктуры и инновационной деятельности в части реализации инновационных проектов.

Понятия продукта и инновационного продукта, особенности современного инновационного проекта. Стратегические цели инновационного проекта. Влияние на продолжительность жизненного цикла инновационного продукта технологической сложности, динамики стоимостной цепочки и вероятности принятия инноваций.

Классификация инноваций. Виды инновационных продуктов: реактивные инновационные продукты; инновационные продукты сдвига парадигм; прорывные инновационные продукты и другие.

Инновационный менеджмент – определение, основные характеристики.

Менеджер инновационного продукта. Направления роста инновационного продукта. Позиционирование и планирование инновационного продукта. Понятие и назначение операций инновационного проекта. Модели принятия решений. Факторы, влияющие на процесс принятия решений.

Основные свойства инновации. Состав инновационного процесса в модели И.Шумпетера. руководство Фраскати по практике обследований, исследований и экспериментальных разработок. Руководство Осло по методике сбора данных о технологических инновациях.

Практика оценки инноваций в странах Европейского сообщества. Функции и задачи Комиссии Европейских Сообществ (КЕС), Директората по Предпринимательству. Информация Европейского Инновационного Табло. Индикаторы базового КЕС. Темы показателей КЕС. Основные характеристики входных показателей КЕС. Основные характеристики выходных показателей КЕС. Группы показателей Европейского Инновационного Табло. Итоговый Инновационный Индекс.

Статистические показатели Европейского Инновационного Обследования (ЕИО). Научно-инновационный профиль ЕИО.

Основные этапы инновационного процесса. НИОКР как составная часть инновационного процесса. Внешний и внутренний анализ в инновационной деятельности. Конкурентный анализ в инновационной деятельности. Построение и анализ S-кривых технологий.

Цели и задачи государственной научно-технической политики. Технопарки, бизнес-инкубаторы, инкубаторы технологий, инновационно-технологические центры, учебно-деловые центры, инновационные государственные корпорации, особые экономические зоны – назначение, российские примеры, регулирующее законодательство.

Основные этапы венчурного финансирования. Характеристики каждого этапа.

Малые и средние предприятия в России – государственная поддержка субъектов предпринимательства и проблемы инновационного предпринимательства в России. Внешние и внутренние факторы инновационного менеджмента на малом предприятии.

Интеллектуальная собственность – основные понятия и регулирующее законодательство. Классификация объектов авторского права.

Промышленная собственность. Роспатент и его основные функции. Ноу-хау и коммерческая тайна.

Задачи, решаемые при планировании расходов на реализацию проектов. Расчет стоимостных параметров инновационных проектов. Понятия наращенной суммы ссуды, видов процентов, дисконтирования, брутто-ставки. Учет инфляции в стоимостной оценке инновационного проекта. Методы оценки интеллектуальной собственности. Оценка рисков инновационных проектов. Инновационное планирование. Инновационные контроль и контроллинг.

Государственные приоритеты России в инновационной политике. Международные инновационные программы.

Управление проектами

Историческая эволюция методов и инструментов управления проектами. Международная система профессиональных стандартов управления проектами. Области знания управления проектами. Объекты управления проектами: проект, программа, портфель проектов. Теория жизненного цикла проекта. Проектная и операционная деятельность. Теория Р.Гарайса. Организационное управление проектами. Теория зрелости проектного управления в организации. Модель зрелости Г.Керцнера, модель ОРМЗ. Субъекты управления проектами: участники проекта, менеджер проекта, команда управления проектом. Анализ участников проекта. Группы процессов управления проектом: инициация, планирование, исполнение, контроль, завершение. Предметные области управления проектом: управление интеграцией проекта, управление содержанием проекта, управление по временным параметрам, управление стоимостью проекта, управление качеством проекта, управление человеческими ресурсами проекта, управление коммуникациями, управление рисками проекта, управление контрактами и поставками в проекте. Технология управления проектом. Устав проекта: цели, задачи, структура. Структуры управления проектами: структурная декомпозиция работ, организационная структура

проекта, матрица ответственности. Теория сетевого планирования. Разработка сетевой модели проекта. Календарное планирование проекта и методы оптимизации плана-графика работ. Система контроля проекта: отслеживание хода выполнения, совещательная деятельность, анализ и прогнозирование завершения. Разработка плана реагирования на риски, плана управления коммуникациями проекта. Информационные технологии управления проектами.

