Вопросы для итоговой аттестации по дисциплине

**«Управление проектами»**

для студентов заочной формы обучения

направления подготовки 29.04.05 «Конструирование изделий легкой промышленности»

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

1. Основные понятия: проект, программа и портфель проектов, цели, ключевые факторы успеха, участники и т.п.

2. Проектный и процессный менеджмент в компании: основные отличия и взаимосвязи.

3. Применение управления проектами: цели и задачи.

4. Мировые и отечественные стандарты в области управления проектами.

5. Структура проектного менеджмента.

6. Жизненный цикл проекта: фазы и этапы.

7. Стадии процесса управления проектом.

8. Функциональные области управления проектами.

9. Основные типы организационных структур компании для управления проектами

10. Формирование команды проекта.

11. Матрица ответственности.

12. Подбор и отбор участников: поиск, оценка, включение в команду.

13. Групповая динамика. Формальное и неформальное лидерство.

14. Повышение авторитета руководителя проекта

15. Обоснование проекта

16. Декомпозиция работ.

17. Иерархическая структура работ (ИСР). Диаграмма Ганта.

18. Управление сроками проекта (PERT).

19. Планирование ресурсов.

20. Управление стоимостью проекта.

21. График инвестиций.

22. Финансовый план.

23. План производства и оказания услуг.

24. Оценка эффективности бизнес-проекта

25. Диаграмма Ишикавы и SWOT-анализ как инструменты идентификации рисков.

26. Матрица рисков: качественный и количественный анализ рисков.

27. Организация работ в проекте.

28. Распределение работы в проекте.

29. Постановка задач.

30. Риски в проектах. Классификация.

31. Выявление.

32. Качественная и количественная оценка рисков. Методики ранжирования.

33. Формирование плана управления рисками. Практические инструменты.

34. Планирование изменений: процедуры, необходимые документы

35. Разработка бренда.

36. Бренд-билдинг.

37. Методологическая база создания бренда.

38. Коммуникационная концепция бренда.

39. Креативная концепция бренда.

40. Вербальная концепция бренда.

41. Концепция продвижения бренда.

42. Методики оценки эффективности брендинга.

43. Этапы развития бренда.

44. Этап внедрения, проникновение бренда на рынок.

45. Этап роста, развития.

46. Этап зрелости.

47. Этап возрождения или ликвидации.

48. Цели маркетинговых мероприятий для каждого этапа.

49. Основные типы потребителей товара или бренда.

50. Политика ценообразования на каждом этапе.

51. Ассортиментная политика.

52. Уничтожение брендов. Объединение брендов