

УТВЕРЖДАЮ
 Декан факультета

 (подпись) Шматко А. Д.
 «___» _____ 20__

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Направление/специальность подготовки	24.05.02 Проектирование авиационных и ракетных двигателей
Специализация/профиль/программа подготовки	Проектирование авиационных двигателей и энергетических установок
Уровень высшего образования	Специалитет
Форма обучения	Очная
Факультет	А Ракетно-космической техники
Выпускающая кафедра	А8 ДВИГАТЕЛИ И ЭНЕРГОУСТАНОВКИ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ
Кафедра-разработчик рабочей программы	P1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ

КУРС	СЕМЕСТР	ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ (ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ)	ЧАСЫ (по наличию видов занятий)									ВИД ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ
			ОБЩАЯ ТРУДОЁМКОСТЬ	АУДИТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ				САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА				
				ВСЕГО	ЛЕКЦИИ	ЛАБОРАТОРНЫЙ ПРАКТИКУМ	ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ	ВСЕГО	КУРСОВОЙ ПРОЕКТ	КУРСОВАЯ РАБОТА	ДРУГИЕ ВИДЫ САМОСТ. РАБОТЫ	
3	6	3	108	34	17	0	17	74	0	0	74	зач.

ЛИСТ СОГЛАСОВАНИЯ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА СОСТАВЛЕНА В СООТВЕТСТВИИ С ТРЕБОВАНИЯМИ ФЕДЕРАЛЬНОГО
ГОСУДАРСТВЕННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СТАНДАРТА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ (ФГОС ВО)

24.05.02 Проектирование авиационных и ракетных двигателей

год набора группы: 2024

Программу составил:

Кафедра Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ
Кондратьев Сергей Алексеевич, старший преподаватель

Программа рассмотрена
на заседании кафедры-разработчика
рабочей программы **Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ**

Заведующий кафедрой Шматко А.Д., д.э.н., проф.

Программа рассмотрена
на заседании выпускающей кафедры

А8 ДВИГАТЕЛИ И ЭНЕРГОУСТАНОВКИ ЛЕТАТЕЛЬНЫХ АППАРАТОВ

Заведующий кафедрой Левихин А.А., к.т.н., доц.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

Разделы рабочей программы

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО
3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ
5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ
6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Приложения к рабочей программе дисциплины

- Приложение 1. Аннотация рабочей программы
- Приложение 2. Технологии и формы обучения
- Приложение 3. Фонды оценочных средств

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

УК-3 — способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

Формированию компетенций служит достижение следующих результатов образования:

УК-3

знания:

- общие формы организации деятельности коллектива;
- психологию межличностных отношений в группах разного возраста;
- основы стратегического планирования работы коллектива для достижения поставленной цели;

умения:

- создавать в коллективе психологически безопасную доброжелательную среду;
- учитывать в своей социальной и профессиональной деятельности интересы коллег;
- предвидеть результаты (последствия) как личных, так и коллективных действий;
- планировать командную работу, распределять поручения и делегировать полномочия членам

команды;

навыки:

- навыками постановки цели в условиях командой работы;
- способами управления командной работой в решении поставленных задач;
- навыками преодоления возникающих в коллективе разногласий, споров и конфликтов на основе

учета интересов всех сторон.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВО

Дисциплина **ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению *24.05.02 Проектирование авиационных и ракетных двигателей*.

Содержание дисциплины является логическим продолжением дисциплин: **ЭКОЛОГИЯ**.

Содержание дисциплины является основой для освоения дисциплин: **ЭКОНОМИКА, ЭКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА**.

Предварительные компетенции, сформированные у обучающегося до начала изучения дисциплины:

- ОПК-4 — Способен осуществлять профессиональную деятельность с учетом экономических, экологических, социальных и других ограничений на всех этапах жизненного цикла технических объектов авиационной и ракетно-космической техники
- УК-8 — Способен создавать и поддерживать в повседневной жизни и в профессиональной деятельности безопасные условия жизнедеятельности для сохранения природной среды, обеспечения устойчивого развития общества, в том числе при угрозе и возникновении чрезвычайных ситуаций и военных конфликтов

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 ч.

3.1. Содержание (дидактика) дисциплины

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-3
3	6	Раздел 1. Организация как объект и субъект менеджмента. Понятие «организация» и ее сущность как системы. Свойства организационных систем. Классификация организаций. Внешняя и внутренняя среда организации. Методы анализа внешней и внутренней среды организации. Организационно-правовые формы, их специфика: коммерческие и некоммерческие организации. Рынок корпоративного контроля (методы защиты прав акционеров, банкротство). Корпорации и модели корпоративного управления. Государственные корпорации. Интеграция организаций.	41	11	5	6	30	35
3	6	Раздел 2. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство. Понятие группы и группового поведения. Формальные группы: командная группа, директивная группа, целевая группа, комитет. Неформальные группы. Большие и малые группы. Условные и реальные группы. Понятие групповой динамики. Групповая динамика. Факторы групповой динамики. Партиципативное управление. Конфликт в организации: определение, структура и компоненты. Типология конфликтов: межличностные, конфликты между личностью и группой, межгрупповые конфликты, внутриличностные конфликты. Основы управления конфликтами. Способы разрешения конфликтов в рабочих группах. Власть и лидерство в организациях. Стили руководства.	37	12	5	7	25	30
3	6	Раздел 3. Маркетинговая среда. Анализ конкурентов. Структура маркетинговой среды предприятия. Внешняя макро среда: демографические, культурные, экономические, природные, географические, технологические, политические, правовые и др. факторы. Внешняя микро среда: потребители, конкуренты, поставщики, посредники, общественные организации. Основные типы конкурентных рынков. Виды конкуренции. Ценовые и неценовые методы конкуренции. Конкурентная среда и принципы её анализа.	30	11	7	4	19	35
Всего за 6 семестр			108	34	17	17	74	100
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100

3.2. Аудиторный практикум

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия	Объем, ауд. часов
1	Раздел 1. Организация как объект и субъект менеджмента.	Организационное проектирование.	6
2	Раздел 2. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство.	Построение матрицы ответственности	7
3	Раздел 3. Маркетинговая среда. Анализ конкурентов.	Освоение теоретического материала и подготовка к практическим занятиям по теме.	4
Всего за 6 семестр			17

3.3. Самостоятельная работа студента (СРС)

№ п/п	Номер и наименование раздела дисциплины	Содержание учебного задания	Объем, часов
1	Раздел 1. Организация как объект и субъект менеджмента.	Поиск, анализ информации по теме «Организация как инструмент упорядочивания деятельности»	30
2	Раздел 2. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство.	Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме «Организационная культура: понятие, виды и аспекты управления»	25
3	Раздел 3. Маркетинговая среда. Анализ конкурентов.	Постройте портфельную матрицу БКГ	19
Всего за 6 семестр			74

4. ФОРМЫ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

СЕМЕСТР	НЕДЕЛИ СЕМЕСТРА																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
6				ОС		ДР			ОС	ДР						ДР	Вопр. Зач, зач.

Условные обозначения:

- ДР – диагностическая работа;
- ОС – устный опрос студентов;
- Вопр. Зач – вопросы к зачету;
- зач. – зачет.

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- устный опрос студентов;
- вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Основная литература по дисциплине:

1. . Инновационный маркетинг. Москва: Юрайт, 2020, эл. рес.
2. . Инновационный менеджмент. Москва: Юрайт, 2021, эл. рес.
3. . Интернет-маркетинг. Москва: Юрайт, 2021, эл. рес.
4. . Маркетинг. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
5. . Менеджмент. Практикум. Москва: Юрайт, 2022, эл. рес.
6. . Менеджмент. Теория и практика. Москва: Юрайт, 2016, эл. рес.
7. . Теория менеджмента. Москва: Юрайт, 2019, эл. рес.
8. И. Н. Герчикова. . Менеджмент. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005, 6 экз.

5.2. Дополнительная литература по дисциплине:

не требуется.

5.3. Периодические издания:

1. Научно-методический журнал «Информатизация образования и науки».

5.4. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимых для освоения дисциплины, электронные библиотечные системы:

1. <https://urait.ru/viewer/menedzhment-v-obrazovanii-467791> — МЕНЕДЖМЕНТ В ОБРАЗОВАНИИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов</title> <meta name="viewport" content="width=device-width"> <title>МЕНЕДЖМЕНТ В ОБРАЗОВАНИИ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для вузов;
2. <http://library.voenmeh.ru/jirbis2> — Фундаментальная библиотека БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова;
3. <https://urait.ru/viewer/menedzhment-491094#page/1> — МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для СПО</title> <meta name="viewport" content="width=device-width"> <title>МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для СПО;
4. <https://urait.ru/viewer/marketing-innovaciya-491318> — МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов</title> <meta name="viewport" content="width=device-width"> <title>МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов.

Современные профессиональные базы данных:

1. <https://rusneb.ru> – Национальная электронная библиотека (НЭБ);
2. <https://cyberleninka.ru/> - Научная электронная библиотека «Киберленинка»;
- <http://www.rfbr.ru/rffi/ru/library> - Полнотекстовая электронная библиотека Российского фонда фундаментальных исследований.

Информационные справочные системы:

1. Техэксперт – Информационный портал технического регулирования: Нормы, правила, стандарты РФ;
2. http://library.voenmeh.ru/jirbis2/index.php?option=com_irbis&view=irbis&Itemid=457 - БД ГОСТов собственной генерации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д. Ф. Устинова;
3. <http://www.consultant.ru/>- КонсультантПлюс- информационный портал правовой информации.

5.5. Программное обеспечение:

не требуется.

5.6. Информационные технологии:

взаимодействие с обучающимися посредством ЭИОС Moodle БГТУ «ВОЕНМЕХ» им. Д.Ф. Устинова.

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Лекционные занятия:

специализированные требования по оборудованию отсутствуют; аудитория с посадочными местами по количеству студентов; доска.

6.2. Практические занятия:

1. Проектор;
2. Интерактивная доска.

6.3. Прочее:

1. рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет;
2. рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Аннотация рабочей программы

Дисциплина **ОСНОВЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА** является дисциплиной **обязательной части блока 1** программы подготовки по направлению 24.05.02 *Проектирование авиационных и ракетных двигателей*. Дисциплина реализуется на факультете Р Международного промышленного менеджмента и коммуникации БГТУ "ВОЕНМЕХ" им. Д.Ф. Устинова кафедрой Р1 МЕНЕДЖМЕНТ ОРГАНИЗАЦИИ.

Дисциплина нацелена на формирование *компетенций*:

УК-3 способность организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели.

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с формированием научного представления об управлении как виде профессиональной деятельности; освоение студентами общетеоретических положений управления социально-экономическими системами; овладение умениями и навыками практического решения управленческих проблем; изучение мирового опыта менеджмента, а также особенностей российского менеджмента, обучение решению практических вопросов, связанных с управлением различными сторонами деятельности организаций.

Программой дисциплины предусмотрены следующие **виды контроля**:

Текущий контроль успеваемости студентов проводится в дискретные временные интервалы в следующих формах:

- диагностическая работа;
- устный опрос студентов;
- вопросы к зачету.

Промежуточная аттестация проводится в формах:

- зачет.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 з.е., **108 ч.** Программой дисциплины предусмотрены лекционные занятия (**17 ч.**), практические занятия (**17 ч.**), самостоятельная работа студента (**74 ч.**).

ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБУЧЕНИЯ

Рекомендации по освоению дисциплины для студента

Трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 ч., из них 34 ч. аудиторных занятий, и 74 ч., отведенных на самостоятельную работу студента.

Рекомендации по распределению учебного времени по видам самостоятельной работы и разделам дисциплины приведены в таблице.

Контроль освоения дисциплины производится в соответствии с Положением о текущем, рубежном контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Формы контроля и критерии оценивания приведены в приложении 3 к Рабочей программе.

Наименование работы	Рекомендуемая литература	Трудоемкость, час.
Раздел 1. Организация как объект и субъект менеджмента.		
Поиск, анализ информации по теме «Организация как инструмент упорядочивания деятельности»	. Менеджмент. Практикум: Москва: Юрайт, 2022 (1) И. Н. Герчикова. . Менеджмент: М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005 (3) . Инновационный менеджмент: Москва: Юрайт, 2021 (2)	30
Итого по разделу 1		30
Раздел 2. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство.		
Поиск, анализ информации и проработка учебного материала по теме «Организационная культура: понятие, виды и аспекты управления»	. Менеджмент. Теория и практика: Москва: Юрайт, 2016 (1) . Теория менеджмента: Москва: Юрайт, 2019 (3) . Менеджмент. Практикум: Москва: Юрайт, 2022 (2)	25
Итого по разделу 2		25
Раздел 3. Маркетинговая среда. Анализ конкурентов.		
Постройте портфельную матрицу БКГ	. Маркетинг: Москва: Юрайт, 2022 (1) . Инновационный маркетинг: Москва: Юрайт, 2020 (3) . Интернет-маркетинг: Москва: Юрайт, 2021 (2)	19
Итого по разделу 3		19

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Фонд оценочных средств, позволяющие оценить результаты обучения по данной дисциплине, включают в себя:

- диагностическая работа
- вопросы к зачету;
- устный опрос студентов;
- зачет.

Критерии оценивания

Диагностическая работа

Диагностическая работа проводится в форме теста в ЭИОС Moodle:

- при правильном ответе менее чем на 60% вопросов - не аттестация;
- при правильном ответе на 60% вопросов и более - аттестация.

Вопросы к зачету

1. Что такое менеджмент?
2. Какие виды менеджмента Вы знаете? Охарактеризуйте каждый из них.
3. Что такое субъекты и объекты менеджмента?
4. В чем состоит вклад М.П. Фоллет в менеджмент?
5. Каков вклад в менеджмент количественной школы науки управления?
6. Какие управленческие идеи были отражены в первых учебных программах и законодательных актах о необходимости подготовки предпринимателей в России?
7. Дайте краткую характеристику основных положений школы НОТ и управления.
8. Охарактеризуйте социологию научной организации труда и управления школы Н.А. Витке.
9. Дайте характеристику принципов организации П.М. Керженцева.
10. Дайте определение термина «организация».
11. Что относится к непроизводственным структурным подразделениям?
12. Какие бывают организации по видам собственности?
- 31
13. Что такое право хозяйственного ведения и право оперативного управления?
14. Что такое организационно-правовая форма организации?
15. Приведите примеры коммерческих и некоммерческих организаций.
16. Что такое корпоративное управление? Перечислите и охарактеризуйте принципы корпоративного управления.
17. Сравните японскую и предпринимательскую модели корпоративного управления.
18. Что такое горизонтальная и вертикальная интеграция?
19. Что такое трест и концерн?
20. Как формируется миссия организации?
21. Перечислите и охарактеризуйте стадии целеполагания.
22. Что такое вертикальные и горизонтальные информационные связи в организационной структуре?
23. Перечислите и охарактеризуйте механизмы горизонтальных информационных связей в организации?
24. Какие принципы формирования подразделений предприятия Вы знаете?
25. Как устанавливается подчиненность в функциональной структуре управления?

Устный опрос студентов

Устный опрос является средством промежуточной аттестации обучающихся на 4, 9, 16 неделях. Оценка "аттестован" выставляется, если студент ответил на теоретический вопрос, продемонстрировал способность к научному анализу, высказал свое мнение. Оценка "не аттестован" выставляется, если студент не ответил на заданный вопрос.

Зачет

. Оценка «зачтено» предполагает:

- Хорошее знание основных терминов и понятий курса;
- Хорошее знание и владение методами и средствами решения задач;
- Последовательное изложение материала курса;
- Умение формулировать некоторые обобщения по теме вопросов;
- Достаточно полные ответы на вопросы при сдаче экзамена;
- Умение использовать фундаментальные понятия из базовых естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин при ответе на экзамене.

2. Оценка «не зачтено» предполагает:

- Неудовлетворительное знание основных терминов и понятий курса;
- Неумение решать задачи;
- Отсутствие логики и последовательности в изложении материала курса;
- Неумение формулировать отдельные выводы и обобщения по теме вопросов;
- Неумение использовать фундаментальные понятия из базовых естественнонаучных и общепрофессиональных дисциплин при ответах на экзамене.

Паспорт фонда оценочных средств

КУРС	СЕМЕСТР	Наименование разделов и дидактических единиц	ВСЕГО	Аудиторные занятия в контактной форме			Самостоятельная работа студентов	Формируемая компетенция, %		НАИМЕНОВАНИЕ ОЦЕНОЧНОГО СРЕДСТВА
				ВСЕГО	Лекции	Практические занятия		УК-3		
3	6	Раздел 1. Организация как объект и субъект менеджмента.	41	11	5	6	30	35		Вопросы к зачету
3	6	Раздел 2. Групповая динамика. Конфликты в организации. Лидерство.	37	12	5	7	25	30		Вопросы к зачету, Устный опрос студентов
3	6	Раздел 3. Маркетинговая среда. Анализ конкурентов.	30	11	7	4	19	35		Вопросы к зачету, Устный опрос студентов
Всего за 6 семестр			108	34	17	17	74	100		
Всего по дисциплине			108	34	17	17	74	100		

Критерии оценивания

УК-3

- Вопросы открытого типа:*
- № 1 Каким образом субъект управления оказывает влияние на поведение объекта управления?
- № 2 Как соотносятся между собой понятия власть и управление?
- № 3 Определите значение социально-экономической статистики в принятии управленческих решений
- № 4 Как соотносятся между собой понятия управление и самоуправление?
- № 5 Какой вид организационной структуры оптимален при организации работы команды?
- № 6 Какие режимы управления Вам известны?
- № 7 Какие преимущества и недостатки Вы видите в автоматизации и использовании цифровых информационных систем поддержки принятия управленческих решений?
- № 8 Назовите условие, без которого практически невозможна реализация систем бережливого производства, Total Quality Management
- № 9 По каким признакам Вы сможете диагностировать, что структура управления НЕ СООТВЕТСТВУЕТ целеполаганию устойчивости проекта?
- № 10 Назовите, что является наиболее трудной задачей в управлении изменениями?
- Вопросы закрытого типа:*
- № 1 Структура управления – это:
- А) менеджеры высшего и среднего звена
- Б) типы связей элементов системы управления
- В) эргономика производственных процессов
- Г) совокупность должностных инструкций работников организации
- № 2 Принятие управленческого решения – это:
- А) конкурс идей;
- Б) достижение согласия;
- В) выбор альтернативы;
- Г) делегирование ответственности.
- № 3 Дорожная карта проекта – это:
- А) алгоритм выполнения задач проекта;
- Б) модель проекта;
- В) наглядное представление этапов выполнения задач;
- Г) одобрение проекта.
- № 4 Смысл целеполагания заключается в:
- А) создании алгоритмов решения проблем;
- Б) уклонении от ответственности;
- В) создании векторов будущего развития с установлением параметров допустимых отклонений;
- Г) стимулировании труда на высоком качественном уровне.
- № 5 Базовым процессом, который характеризует всю систему управления в целом, выступает:
- А) диалог с потребителями;

- Б) разработка и принятие управленческих решений;
- В) формирование организационной культуры;
- Г) формирование позитивного имиджа организации.
- № 6 Формальным каналом передачи информации в организации является:
- А) социально-демографическая структура;
- Б) неформальная структура;
- В) профессиональная структура;
- Г) организационная структура.
- № 7 В матричной организационной структуре:
- А) создается автономная проектная структура;
- Б) проектная структура накладывается на функциональную;
- В) материальными и функциональными ресурсами распоряжаются руководители функциональных подразделений;
- Г) полнотой власти обладают руководители проектных подразделений.
- № 8 Какое название носят организации, в которых работники принимают участие в принятии решений?
- а) партисипативные организации;
- б) эдхократические организации;
- в) индивидуалистические организации;
- г) корпоративные организации.
- № 9 То, когда единичное важное управленческое решение требует многих менее значительных решений, называется:
- А) транзакционностью решений;
- Б) дополняемостью решений;
- В) взаимозависимостью решений;
- Г) политической значимостью.
- № 10 На какой фазе проекта руководитель проекта формулирует наилучшую стратегию для команды для достижения целей проекта:
- А) фаза планирования;
- Б) фаза реализации;
- В) фаза контроля;
- Г) фаза инициации.