Moscow
Business School
Leadership Energy

Управление эффективностью девелоперского проекта

Формат обучения: Очно | Онлайн

Срок обучения: 1 день

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Дата начала: 27.11.2025

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Управление эффективностью девелоперского проекта. Организационная структура строительного проекта

- Структура матричная или функциональная. Проблемные ситуации. Матрица взаимодействия команды строительного проекта
- Влияние организационной структуры на успешность реализации строительного проекта. Как использовать преимущества структуры организации для эффективного управления проектом

Операционный менеджмент в строительстве

- Управление заинтересованными сторонами на всех этапах жизненного цикл проекта
- Виды договоров в строительстве и их особенности. Ошибки при ведении договорной работы
- Стандарты управления проектами. Описание, сравнительный анализ российских и зарубежных стандартов. Преимущества и недостатки
- Разработка корпоративного стандарта управления проектами

Руководитель строительного проекта

- Полномочия и ответственность. Профессиональные и личностные качества
- Факторы управленческой эффективности руководителя проекта

Управление рисками девелоперских проектов

- Идентификация рисков строительных проектов. Методы качественного и количественного методов анализа рисков
- Составление карты рисков девелоперского проекта

Календарное планирование строительного проекта

- Основные принципы и задачи планирования проекта. Многоуровневая система планирования строительного проекта на разных фазах жизненного цикла
- Иерархическая структура строительного проекта. Определение уровней детализации и сценарии разработки календарных графиков. Контрольные точки строительного проекта
- Разработка календарных графиков строительства. Оптимизационные задачи календарного планирования. Виды календарных графиков
- Календарно-сетевое планирование. Метод критического пути, как способ пошагового управления проектами

Контроль стоимости (затрат) проекта на основе постоянной оценки фактических затрат

- Сравнение фактических затрат с ранее запланированными в бюджете и выработка мероприятий корректирующего и предупреждающего характера
- Применение метода освоенного объема при оценка фактической стоимости выполненных работ и затраченных ресурсов

Основные способы повышения экономической эффективности инвестиционно-строительных проектов

- Взаимосвязь проектного решения и стоимости инвестиционного проекта: выбор наиболее эффективного проектного решения
- Сокращение накладных расходов подрядной организации
- Разработка внутрифирменных единичных расценок на основе ресурсного метода
- Повышение уровня защищенности от заключения договоров с несостоятельными компаниями
- Снижение стоимости привлекаемых финансовых ресурсов

Практикумы

- Кейс «Корпоративный регламент управления проектами»
- Кейс «Составление карты рисков (групповая работа)»
- Кейс «Разбор метода освоенного объема на примере»

Дистанционная часть (факультативно)

Видеокурс «Психология деловых отношений»

- Деловое общение
- Ключевые компетенции деловых лидеров
- Эмоциональный интеллект как фактор успеха в построении деловых отношений
- Стратегии поведения участников деловых отношений
- Ассертивность
- Средства общения
- Модель поведения в процессе общения. Транзактный анализ
- «Пристройка» в деловом общении
- Модель партнерской коммуникации GROW

Видеокурс «Навыки эффективного общения: совещания, презентации, переговоры»

- Деловые совещания: классификация, правила подготовки и проведения
- Презентация: основные идеи, требования и правила подготовки
- Вербальный, невербальный компонент в презентации

- Определение и суть переговоров
- Место переговоров в процессе делового общения
- Стратегии проведения переговоров
- Условия достижения успеха в переговорах
- Параметры подготовки к переговорам
- Принципы проведения переговоров

Видеокурс «Основы управления проектами»

- Управление проектами как процесс
- Жизненный цикл проекта: предиктивный, адаптивный, циклы ИТ-проектов
- Гибридизация жизненных циклов
- AGILE-подходы к управлению проектами. Принципы и методы SCRUM
- Организация проектных команд. Функции SCRUM-мастера
- Принципы и инструменты Kanban, Lean, Kaizen
- Менеджмент качества и специфика системы 5S
- Цели и задачи проекта. Основы планирования и риски

Видеокурс «Деятельность менеджера: функции, роли, компетенции»

- Роль менеджера в компании
- Понятие и обеспечение «управляемости». Внутренний клиент
- Функционал менеджера. Структура обязанностей
- Планирование и целеполагание: методики, расчет временных затрат
- Виды мотивации сотрудников. Основные риски при выборе системы
- Формирование работающей обратной связи
- Контроль исполнения задач: инструменты и базовые ошибки
- Делегирование полномочий без потери качества
- Индивидуальная модель компетенций менеджера

Видеокурс «Контент стратегии для создания и развития бренда»

Маркетинговые стратегии и планы

- Этапы развития маркетинга — современная маркетинговая концепция
- Основные функции и задачи маркетинга в компании

- 7 блоков маркетингового анализа
- Источники информации по основным блокам и ее достоверность
- 6 этапов маркетингового плана
- Структура блоков и порядок разработки
- Аудит маркетинга: алгоритм проведения
- Оценка эффективности маркетинговых мероприятий по финансовой модели

Инструменты контент-маркетинга

- Понятие и сущность контент-маркетинга
- Формирования информационного поля бренда
- Взаимосвязь контент-маркетинга и пиар-стратегии
- Каналы и инструменты контент-маркетинга: подробный обзор
- Работа с аудиторией: холодная, теплая, горячая
- Настройка ретаргетинга
- Виды и уровни сложности контента для ЦА
- Стратегия контент-маркетинга
- Формирование воронки продаж
- Метрики измерения эффективности контент-маркетинга

Основы бренд-менеджмента

- Составляющие бренда и его значение
- Основы бренд-менеджмента: правило 4Р
- Формирование инфополя бренда
- Как измерить эффективность: ключевые показатели
- 5 уровней реализации бренд-плана
- Девизы и описания: определение сущности бренда
- Реализация и использование сущности
- Визуализация идеи. Позиционирование
- Построение пирамиды потребителей
- Правила нейминга и брендбука
- Показатели «здоровья бренда»
- Рекламная стратегия и продвижение