

<<助理项目管理师>>

图书基本信息

书名：<<助理项目管理师>>

13位ISBN编号：9787504577900

10位ISBN编号：7504577901

出版时间：2010-4

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：中国就业培训技术指导中心组织 编

页数：285

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<助理项目管理师>>

内容概要

本书由中国就业培训技术指导中心按照标准、教材、题库相衔接的原则组织编写，是国家职业技能鉴定推荐辅导用书。

书中内容根据《国家职业标准·项目管理师》要求编写。

本书介绍了助理项目管理师应掌握的能力要求和相关知识，涉及项目启动，项目范围管理、进度管理、费用管理、质量管理、人力资源管理、安全健康与环境管理、沟通管理、风险管理、采购与合同管理、项目收尾等内容。

<<助理项目管理师>>

书籍目录

第1章 项目启动 第1节 项目需求分析 学习单元1 项目需求分析的主要过程与基本原则 学习单元2 项目需求信息与市场调查 学习单元3 项目需求建议书的编写 第2节 项目可行性研究 学习单元1 项目信息资料的收集与整理 学习单元2 可行性研究的阶段划分与要求 学习单元3 初步可行性研究报告的编写 学习单元4 项目评估第2章 项目范围管理 第1节 项目范围计划 学习单元1 编写项目范围说明书 学习单元2 创建项目工作分解结构 第2节 项目范围控制 学习单元1 识别影响项目范围变更的因素 学习单元2 处理项目范围变更请求第3章 项目时间管理 第1节 项目进度计划 学习单元1 编制工作清单 学习单元2 项目工作持续时间估计 学习单元3 工作排序 学习单元4 编制项目进度计划 第2节 项目进度控制 学习单元1 项目进度跟踪 学习单元2 项目进度控制软件第4章 项目费用管理 第1节 项目费用计划 学习单元1 收集项目资源信息 学习单元2 编制项目资源说明书 学习单元3 编制项目费用计划 第2节 项目费用控制 学习单元1 项目费用控制基本知识 学习单元2 分析费用偏差的原因 学习单元3 项目费用控制软件第5章 项目质量管理 第1节 项目质量计划 学习单元1 项目质量管理原理 学习单元2 编制质量检查表 学习单元3 编制质量计划 第2节 项目质量管理 学习单元1 2000版ISO 9000系列标准 学习单元2 实施质量保证 第3节 项目质量控制 学习单元1 质量控制原理 学习单元2 质量控制方法第6章 项目人力资源管理 第1节 项目人力资源计划 学习单元1 项目角色与职责描述 学习单元2 项目组织结构设计 学习单元3 项目人力资源需求计划 第2节 项目团队的组织与建设 学习单元1 项目团队的组织 学习单元2 项目绩效考核第7章 安全、健康与环境管理 第1节 安全与健康 学习单元1 安全管理计划实施 学习单元2 职业健康管理 第2节 环境保护 学习单元1 大气污染防治 学习单元2 水污染防治 学习单元3 噪声控制第8章 项目沟通管理 第1节 项目沟通计划 学习单元1 项目沟通需求确定 学习单元2 项目沟通计划编制方法和步骤 第2节 项目信息管理 学习单元1 项目信息管理基本知识 学习单元2 项目信息系统的分类 学习单元3 项目信息系统的开发与管理第9章 项目风险管理 第1节 项目风险管理计划 学习单元1 项目风险管理基础知识 学习单元2 项目风险识别与定性评估 第2节 项目风险控制 学习单元1 项目风险控制第10章 项目采购与合同管理 第1节 项目采购计划 学习单元1 采购计划的编写 学习单元2 采购合同的编写 学习单元3 采购市场调查与分析 学习单元4 招投标的概念与投标文件编制 第2节 采购计划的实施 学习单元1 采购计划实施管理一般知识 学习单元2 采购对象市场价格的整理与分析 学习单元3 采购招投标的组织 学习单元4 采购合同的谈判与签订第11章 项目收尾 第1节 合同收尾 学习单元1 核实合同条款 学习单元2 复查并核实合同履行情况 学习单元3 组织合同资料归档 第2节 管理收尾 学习单元1 起草项目验收报告 学习单元2 起草项目总结报告参考文献

<<助理项目管理师>>

章节摘录

(2) 市场供应调查 市场供应调查主要调查市场的供应能力、主要生产或服务企业的生产能力,了解市场供应与市场需求的差距。

市场供应调查,要调查供应现状、供应潜力以及正在或计划建设的供应相同产品的项目的生产能力。

(3) 消费调查 消费调查的内容主要包括产品或服务的消费群体、消费者购买能力和习惯、消费演变历史和趋势等。

某一种具体产品针对某一特定的消费者群体,在经过市场细分明确产品或服务的消费者之后,需要对这部分消费者的消费层次、消费要求、心理状况、消费动机、消费方式进行调查和分析。

只有了解消费动机和消费层次,才能在细分市场中把握组织的目标市场,正确预测市场需求。

(4) 竞争者调查 竞争者调查主要包括调查区域内提供同类及替代产品或服务的组织数量,各组织的市场占有率、生产能力、销售数量、销售渠道、成本水平、管理能力、赢利水平等,以及可能的潜在竞争者的相关情况。

通过竞争者调查,希望了解同类生产企业的生产技术水平高低、经营特点和生产规模、主要技术经济指标、市场占有率以及市场集中度等市场竞争特征。

只有充分了解竞争对手,才能制定有效的竞争策略。

3. 市场调查的方法 市场调查是一项复杂的工作,必须有目的、有计划、有组织地进行。

为了使调查工作按目的顺利进行,在组织调查之前,首先需要设计一个周密的调查方案,或者列出调查大纲。

调查方案的基本内容包括明确调查目的、确定调查对象和调查单位、确定调查项目、确定调查时间和调查期限、制订调查的组织实施计划。

选择调查方法要考虑收集信息的能力、调查研究成本、时间要求、样本控制和人员效应的控制程度。

市场调查方法通常包括文案调查法、观察法、询问法、实验法等,具体方法介绍参见国家职业资格培训教程《项目经理(国家职业资格四级)》。

.....

<<助理项目管理师>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>