



ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина рассматривает основные концепции и методы управления качеством при производстве и продаже товаров и услуг, создание и функционирование систем качества, а также внедрение системы менеджмента качества на предприятиях

Особенности и специфика учебной дисциплины.

Программа направлена на формирование у слушателей понимания того, что управление качеством основывается, во-первых, на принципах удовлетворенности потребителей, а во-вторых, что в управлении качеством важен системный подход. В программе рассматриваются различные концепции качества, а сама программа базируется на концепции всеобщего управления качеством (Total Quality Management) - общеорганизационного метода непрерывного повышения качества всех организационных процессов, производства и сервиса и, как следствие этого, - построение системы менеджмента качества на предприятии.

Цель курса: сформировать систему знаний о принципах и методах управления качеством на предприятии, построении системы менеджмента качества и ее роли в управлении предприятием.

Основные задачи курса

- Формирование понимания необходимости управления качеством в современных условиях
- Понимание принципов управления качеством
- Формирование базовых навыков построения системы менеджмента качества на предприятии, основанной на удовлетворенности потребителей

Особенности изучения учебной дисциплины и процесса обучения.

Концепция качества имеет как большую теоретическую проработку со стороны иностранных и отечественных специалистов, так и большое практическое значение. Программа предусматривает проведение лекций и интерактивных семинарских занятий. Основной объем семинарских занятий отнесен на вторую половину учебного курса, так как предусматривает самостоятельную работу студентов по описанию бизнес-процессов и разработке нормативных документов в области качества для компаний, в которых они работают. Качество и полнота выполнения данного практического задания является основным критерием для оценки успешного освоения материала курса студентами. Большую роль в курсе играет рассмотрение практических примеров из различных областей деятельности: производственные организации, торговые организации.

Конечные результаты обучения

В результате изучения дисциплины обучающиеся должны:

- иметь представление о роли и месте управления качеством в системе управления предприятия;
- понимать место управления качеством в стратегии компании и уметь адекватно применять основные элементы стратегии качества;
- интерпретировать для конкретных условий понятие воспринимаемого качества комплекса «продукт-услуга» для целевых потребителей;
- знать основные принципы современной концепции управления качеством;
- уметь сформулировать понятие качество для своей компании с точки зрения удовлетворения запросов целевых потребителей;
- приобрести навыки в разработке политики качества предприятия и описании бизнес-процессов на предприятии;
- владеть знаниями по внедрению системы менеджмента качества на предприятии.



ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Понятие и сущность качества.

Тема 2. Потребители и качество.

Тема 3. Эволюция концепций качества, форм и методов управления качеством.

Тема 4. Требования, контроль и испытания.

Тема 5. Принципы управления качеством.

Тема 6. Экономика качества.

Тема 7. Внедрение системы менеджмента качества на предприятии на основе TQM.

Тема 8. Сертификация системы менеджмента качества по стандарту ISO 9001:2008 (ГОСТ Р



ЛИТЕРАТУРА ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ

Основная литература

Л1 Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012.

Л2 Свен Гембрис, Йоахим Герман. Управление качеством. М.: Smart BOOK, 2012

Л3 Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011

Л4 Ю.Т. Шестопал, В.Д. Дорофеев, Н.Ю. Шестопал, Э.А. Андреева Управление качеством. Учебное пособие. М.: Инфра-М, 2011

Дополнительная литература

Л5 Дж. Вумек, Д. Джонс. Бережливое производство, пер. с английского, М.: Альпина Паблишер, 2011

Л6 Дж. Флеминг, Дж. Асплунд. Управление качеством услуг. Метод Human Sigma, М.: Альпина Бизнес Бук, 2009