

Аннотация учебной дисциплины
« Управление качеством »
для слушателей программы профессиональной переподготовки
«Результативный маркетинг»

Автор: Рыкалина Ольга Владимировна

Пояснительная записка

1. Краткая характеристика учебной 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.

2. Место и роль учебной дисциплины в системе подготовки, профессиональной переподготовки, повышения квалификации специалиста

В соответствии с Государственным образовательным стандартом, дисциплина «управление качеством» является обязательным предметом в структуре программ подготовки для студентов, обучающихся по управленческим специальностям.

3. 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.

4. Целевая аудитория, требования к исходному уровню знаний и умений, которыми должен обладать слушатель, приступая к изучению (освоению) данной дисциплины

Целевая аудитория курса – студенты, имеющие опыт практической работы в различных сферах и получающие дополнительное образование в области управления. Студенты должны владеть концептуальными основами в области менеджмента, маркетинга и экономики предприятия.

5. Цели и задачи изучения учебной дисциплины

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.

6. Взаимосвязь учебной дисциплины (курса) с другими дисциплинами

Учебная программа «Управление качеством» взаимосвязана с курсами «Менеджмент», «Маркетинг», «Экономика фирмы» и позволяет глубже понять рассматриваемые в данных курсах концепции управления и построения взаимоотношений с потребителями и поставщиками. Рекомендуется к моменту изучения данного курса прослушать следующие дисциплины: «Маркетинговые исследования», «Управление проектами», «Поведение потребителей».

Изучение курса «Управление качеством» позволит более успешно освоить материал курса «Стратегический менеджмент».

7. 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.

8. Возможность использования полученных знаний в решении конкретных проблем, возникающих в практической деятельности

Учебная программа построена таким образом, чтобы по ее завершению студенты понимали и знали концепции, методы и инструменты управления качеством, что послужит основой для самостоятельных действий по внедрению системы менеджмента качества.

9. 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.

Тематическое содержание программы учебной дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность качества.

Введение: что такое «качество» и почему им нужно управлять. Основные термины и объекты управления. Качество продукции, качество процессов, качество на уровне системы. Качество товаров и услуг. Постоянство качества. Зависимость членства России в ВТО и управления качеством товаров и услуг.

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр. 14-24),
2. Свен Гембрис, Йоахим Герман. Управление качеством. М.: Smart BOOK, 2012 г., (стр. 10-23),
3. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 13-16),

Тема 2. Потребители и качество.

Классификация потребителей. Внешние и внутренние потребители. Нужды потребителей и их удовлетворение. Факторы, влияющие на удовлетворенность потребителя. Модель

формирования удовлетворенности потребителя (Модель Кано). Воспринимаемое качество продуктов и услуг. Модель предлагаемого качества Гамессона (4Q модель). Критерии Гронруса. Поток создания ценности

Литература:

1. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 37-64),
2. Дж. Вумек, Д. Джонс. Бережливое производство, пер. с английского, М.: Альпина Паблишер, 2011 г., (32-49)

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

Развитие форм и методов управления качеством с античных времен до нашего времени. Развитие менеджмента качества – от системы Тейлора к TQM (Статистические методы управления – Тотальное управление качеством (TQL) – Управление комплексным качеством (TQM). Японское «экономическое чудо». Цикл совершенствования Шухарта-Деминга. 14 принципов Деминга. «Новая» модель управления качеством. Политика в области качества.

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр.72-106),
2. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 65-106)

Тема 4. Требования, контроль и испытания.

Обязательные требования, добровольные требования. Требования потребителей. Методы определения показателей качества продукции. Контроль и оценка качества. Испытания продукции. Система ОТК. Оценка качества продуктов в конкурсных программах – маркетинг или реальный показатель качества продуктов

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр. 117-186)

Тема 5. Принципы управления качеством.

Стратегия, цели и политика. Ориентация на потребителей. Лидерство руководителей. Вовлечение работников. Процессный подход (методика 6 сигм). Системный подход к менеджменту. Постоянное улучшение. Основанный на фактах подход к принятию решений. Взаимовыгодные отношения с поставщиками. Эмоции как основа приверженности клиента.

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр. 117-186),
2. Свен Гембрис, Йоахим Герман. Управление качеством. М.: Smart BOOK, 2012 г., (стр. 23-28) ,
3. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 107-132),
4. Дж. Флеминг, Дж. Асплунд. Управление качеством услуг. Метод Human Sigma, М.: Альпина Бизнес Бук, 2009 г., (стр. 44-81)

Тема 6. Экономика качества.

Влияние качества на экономику компании. Экономические категории качества и традиционная точка зрения на стоимость качества. Затраты на качество. Оценка и учет затрат на основе функционального подхода (ABC-метода)

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр. 462-481),

2. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 33-152)

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

Переход от системы качества продукции к качеству организации. Проблемы менеджмента организации. К каким результатам надо стремиться? Процессный подход. Управление бизнес-процессами (типы процессов). Идентификация и описание БП, разграничение ответственности. Документирование БП. Определение стандартов качества. Управление качеством процессов. Проектирование и обеспечение качества

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр. 235-252),
2. Свен Гембрис, Йоахим Герман. Управление качеством. М.: Smart BOOK, 2012 г., (стр. 47-126),
3. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 153-199)

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

8 принципов СМК. Опыт внедрений: товары и услуги. 6 шагов: управление документацией, управление записями, внутренние аудиты, управление несоответствующей продукцией, корректирующие действия, предупреждающие действия. Удовлетворенность потребителей

Литература:

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012 г., (стр. 425-458),
2. Свен Гембрис, Йоахим Герман. Управление качеством. М.: Smart BOOK, 2012 г., (стр. 47-126),
3. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011 г., (стр. 153-199),
4. Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000, пер. с английского, М.: ИД «Технологии», 2004 г.

Формы контроля знаний, система оценки обучающихся и структура итоговой оценки

1. Итоговая форма контроля – зачет.
2. Текущий контроль: оценка за активность и конструктивность в процессе занятий
3. Промежуточный контроль: оценка письменного домашнего задания
4. Итоговый контроль: комплексная оценка письменного домашнего задания, выполненного в виде проекта
5. Итоговая оценка: 90% выполнение письменного домашнего задания, 10% активность и конструктивность работы в аудитории

$$O_{\text{итоговая}} = 0,9 * O_{\text{дом.задание}} + 0,1 * O_{\text{ауд.раб.}}$$

Самостоятельная внеаудиторная работа (письменные домашние задания) и итоговый контроль.

Практическая часть учебной программы отнесена на вторую половину учебных часов, так как в первой части в основном идет ознакомление студентов с теоретическими концепциями управления качеством. Во второй части предусмотрены 2 промежуточных контрольных задания:

1. Описать ключевые бизнес-процессы компании и их связи (на примере компании, в которой работает студент).
 2. Разработать документ «Политика качества компании» (на примере компании, в которой работает студент)
- Итоговый контроль: Проект по разработке СМК на предприятии (на примере компании, в которой работает студент). Проект презентуется в программе Microsoft Power Point (10-12 слайдов) с учетом выполненных домашних заданий.

Литература основная и дополнительная

Основная литература

1. Е.Н. Михеева, М.В. Сероштан. Управление качеством. М.: ИТК «Дашков и К», 2012.
2. Свен Гембрис, Йоахим Герман. Управление качеством. М.: Smart BOOK, 2012
3. Д.В. Овсянко. Управление качеством, С-Пб., «Высшая школа менеджмента», 2011

Дополнительная литература

4. Дж. Вумек, Д. Джонс. Бережливое производство, пер. с английского, М.: Альпина Паблишер, 2011
5. Дж. Флеминг, Дж. Асплунд. Управление качеством услуг. Метод Human Sigma, М.: Альпина Бизнес Бук, 2009
6. Н. Хилл, Б. Сельф, Г. Роше Измерение удовлетворенности потребителя по стандарту ИСО 9000:2000, пер. с английского, М.: ИД «Технологии», 2004

Материально – техническое и информационное обеспечение дисциплины

Для успешного проведения занятий необходимо компьютерное и мультимедийное оборудование для представления учебного материала преподавателем в виде слайдов (Microsoft Power Point). Слушателям предоставляется раздаточный информационный материал по каждой теме учебной программы, вопросы для самоконтроля и техническое задание для выполнения промежуточных домашних заданий и итогового проекта.