

Аннотация дисциплины «Менеджмент качества»

Цель дисциплины:

формирование у студентов следующих компетенций:

- способность проводить маркетинговые исследования, изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка, интерпретировать полученные результаты и использовать их для принятия управленческих решений;
- способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг;
- способность разрабатывать и управлять коммуникационными системами, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами.

Место дисциплины в структуре ООП - дисциплина Модуля профиля вариативной части ООП по направлению 38.03.02-Менеджмент, профиль "Маркетинг".

Краткое содержание:

Методологические основы менеджмента качества. Содержание современных подходов к управлению качеством. Менеджмент качества в процессе проектирования и разработок. Менеджмент качества в процессе закупок. Менеджмент качества в процессе производства и обслуживания. Управление затратами на обеспечение качества. Сертификация продукции и систем качества.