

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Менеджмент качества»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

1. Цель дисциплины:

освоение теоретических знаний и развитие практических навыков у студентов в области управления качеством, стратегического и креативного мышления, ориентированного на повышение ценности продукции компании для потребителя, поиск оригинальных идей и получение системного эффекта.

Изучается в 7 семестре (очная форма), 9 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

- изложение теоретических основ управления качеством, изучение методов и технологий менеджмента качества, принятых в мировой практике;
- ознакомление с основами практического менеджмента качества (моделями и методами, практическими подходами и приемами, используемыми в диагностике проблемной ситуации);
- изучение стандартов сертификации по ISO 9000, разработки и внедрения программ улучшения качества в организации;
- получение практических навыков в применении изучаемых инструментов и методов разработки и принятия управленческих решений в системе управления качеством при помощи проигрывания конкретных ситуаций и решения практических задач;
- изучение возможных подходов организации к повышению ценности своей продукции на каждом этапе работы;
- анализ проблем качества и стандартизации, методов с помощью которых менеджеры могут измерить свое влияние на качество услуг/товаров своей организации.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Теория и история менеджмента», «Экономическая теория», «Экономика организации», «Стратегический менеджмент».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Стратегический маркетинг», «Международный бизнес», «Управление проектами», «Международный маркетинг».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

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 (**ПКП-2**).

Способность разрабатывать сбытовую политику организации, формировать каналы распределения и систему товародвижения, выбирать современные методы продажи товаров и оказания услуг (**ПКП-4**).

Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами корректировку планов маркетинга (**ПКП-5**).

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- базовые понятия менеджмента качества;

- основные концепции менеджмента качества;
- ключевые характеристики внешней и внутренней среды организации;
- основы процессного подхода к менеджменту и управлению качеством;
- принципы менеджмента качества;

уметь:

- применять базовые знания в области менеджмента качества для анализа практических ситуаций и принятия управленческих решений;
- систематизировать полученные теоретические знания для дальнейшего использования в рамках учебного процесса;
- применять на практике основные идеи, методы и принципы менеджмента качества при организации собственной учебы и работы;
- пользоваться основными терминами и понятиями в области менеджмента и управления качеством;

владеть:

- методами анализа и оценки управленческих решений;
- методами базового анализа внутренней и внешней среды организации, а также стратегического анализа;
- навыками решения типовых управленческих задач в рамках управления качеством на предприятии;
- методами анализа основных составных частей (предпосылок) успешного менеджмента качества в организациях.

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 90 час.

Лекции 36 час.

Семинарские и практические занятия 54 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 90 час.

В т.ч. домашнее творческое задание.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 180 часов (5 з.е.).

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 24 час.

Лекции 8 час.

Семинарские и практические занятия 16 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 156 час.

В т.ч. домашнее творческое задание.

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 180 часов (5 з.е.).