

# АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В ОРГАНИЗАЦИИ

(название дисциплины)

38.03.02 «Менеджмент»

(код направления (специальности) подготовки)

5-й семестр

(семестр)

## 1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Овладение учащимися теоретическими знаниями и практическими навыками в области принятия и реализации управленческих решений, связанных с совершенствованием бизнес-процессов организации в рамках сферы функционального менеджмента – менеджмента качества. Дисциплина по характеру является интегрирующей.

## 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина Б1.Б.24 «Менеджмент качества в организации» относится к дисциплинам базовой части (Б1.Б) блока 1 (Б1) ОПОП.

## 3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-7 - владение навыками поэтапного контроля реализации бизнес-планов и условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов, умением координировать деятельность исполнителей с помощью методического инструментария реализации управленческих решений в области функционального менеджмента для достижения высокой согласованности при выполнении конкретных проектов и работ

ПК-8 – владение навыками документального оформления решений в управлении операционной (производственной) деятельности организаций при внедрении технологических, продуктовых инноваций или организационных изменений

ПК-13 - умение моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций

ПК-14 - умение применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета.

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение в маркетинг

Тема 2. Сбор информации и оценка маркетинговой среды

Тема 3. Проведение маркетинговых исследований и прогнозирование спроса

Тема 4. Анализ потребительских рынков

Тема 5. Сегментирование рынка и выбор целевых сегментов. Проблемы конкуренции.

Тема 6. Формирование марочного капитала. Формирование товарной стратегии.

Тема 7. Разработка ценовых стратегий и программ

Тема 8. Управление маркетинговыми каналами. Продвижение товаров

Тема 9. Организационные структуры управления маркетингом

## 5. ВИД АТТЕСТАЦИИ – ЗАЧЕТ С ОЦЕНКОЙ

экзамен, зачет, зачет с оценкой

## 6. КОЛИЧЕСТВО ЗАЧЕТНЫХ ЕДИНИЦ – 5 ЗЕТ

Составитель: Доц. каф. МН и МР, к.э.н., доц. Кашицына Т.Н.  
должность, ФИО

/Заведующий кафедрой МН и МР Ползунова Н.Н.  
название кафедры, ФИО

Председатель  
учебно-методической комиссии направления Ползунова Н.Н.  
ФИО

Директор института Захаров П.Н. Дата: 31.08.2020

Печать института

