

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по учебно-методической работе

А.А.Панфилов

« 20/15 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
МАРКЕТИНГ И МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА

Направление подготовки 22.04.02 «Металлургия»

Программа подготовки «Прогрессивные технологии плавки и литья специальных сплавов»

Уровень высшего образования магистратура

Форма обучения очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
1	2 / 72		18		54	Зачет
Итого	2 / 72		18		54	Зачет

Владимир
2015

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Актуальность изучения дисциплины диктуется потребностями рыночной экономики, в условиях которой успешная деятельность предприятий основывается на конкурентоспособности выпускаемой продукции. Основу конкурентоспособности продукции составляет ее качество, стабильность которого достигается путем внедрения на предприятиях систем качества и подтверждается сертификацией продукции и систем качества.

Высокое качество продукции или услуги является самой весомой составляющей, определяющей их конкурентоспособность и конкурентоспособность организации в целом. Без обеспечения стабильного качества, соответствующего требованиям потребителей, невозможно рационально интегрировать национальную экономику в мировое хозяйство и занять в ней достойное место.

Возрождение и развитие экономики России неразрывно связано с повышением конкурентоспособности отечественных предприятий, насыщением потребительского рынка товарами высокого качества. Соответственно решение этой проблемы требует квалифицированных кадров, способных организовать работу в области маркетинга и менеджмента качества на отечественных предприятиях.

Качество продукции и услуг прямо и косвенно влияет на решение главной задачи в социальной сфере — обеспечение высокого уровня жизни граждан России. Приобретая качественную продукцию, они получают возможность удовлетворять свои физические, культурные и иные потребности. С другой стороны, высокое качество, связанное с повышением конкурентоспособности выпускаемой продукции и развитием экономики страны, способствует росту заработной платы, социального обеспечения и платежеспособного спроса.

Подъем экономики России и повышение качества жизни ее граждан возможны только, если продукция российских предприятий будет соответствовать потребностям большинства покупателей и признаваться во всем мире.

Маркетинг и менеджмент качества представляют собой научное направление, изучающее теорию и практику управления применительно к области качества. Предмет его исследования — совокупность теоретических, методических и практических вопросов управления качеством продукции. Особое внимание уделяется управлению качеством как важнейшему элементу обеспечения конкурентоспособности продукции и предприятия. Это связано с тем, что в условиях рыночной экономики конкурентоспособность продукции, услуг, предприятий находится в прямой зависимости от качества производимой продукции и оказываемых услуг, управление которым является ключевой проблемой стабилизации обеспечения экономического развития страны. Соответственно вопросы научно-методических и законодательно-правовых основ управления качеством, как и подготовка высококвалифицированных специалистов в этой области, приоритетны в реализации национальной экономической политики.

Целью освоения дисциплины «Маркетинг и менеджмент качества» является формирование у студентов современного взгляда на качество как объекта маркетинга и менеджмента, обучение концептуальным основам и методологии менеджмента качества с учетом философии, всеобщего руководства качеством (TQM); развитию у студентов целостного системного представления о маркетинге и менеджменте качества как современной концепции управления.

Изучение курса должно способствовать формированию маркетингового мышления, необходимого для успешной работы в современном бизнесе, умению использовать

современные методы маркетинга для решения задач управления предприятием.

Задачи дисциплины:

- изучение современных теоретических положений, терминологии и тенденций развития в области маркетинга и менеджмента качества с учетом философии TQM;
- ознакомление с основными нормативно-правовыми документами в области качества;
- изучение отечественного и зарубежного опыта в области маркетинга и менеджмента качества;
- изучение основных принципов и организационно-методических подходов менеджмента качества;
- формирование систематизированных знаний и практических навыков в области качества.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ПОДГОТОВКИ МАГИСТРОВ

Дисциплина относится к базовой части учебного плана.

Маркетинг и менеджмент качества является одним из аспектов управления деятельности предприятия в целом и поэтому примыкает к изучению менеджмента (стратегического менеджмента, управления персоналом, проектами, производством, финансового менеджмента, экологического менеджмента, инновационного менеджмента), так как деятельность современного менеджера достаточно многогранна и предполагает решения значительного спектра задач, изучаемых в рамках перечисленных дисциплин.

Маркетинг и менеджмент качества является одной из ключевых функций как корпоративного, так и проектного менеджмента, основным средством достижения и поддержания конкурентоспособности любого предприятия.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Процесс изучения дисциплины «Маркетинг и менеджмент качества» направлен на формирование следующих компетенций:

общефессиональные компетенции:

ОПК – 2 готовностью использовать принципы управления качеством и процессного подхода с целью выявления объектов для улучшения

ОПК – 4 способностью выполнять маркетинговые исследования

Таблица 1

Планируемые результаты обучения по дисциплине

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК – 2	готовностью использовать принципы управления качеством и процессного подхода с целью выявления объектов для улучшения	<p>Знать:</p> <p>31 (ОПК-2) теоретические основы маркетинга и менеджмента качества продукции</p> <p>32 (ОПК-2) сущность и значение качества в современных условиях</p> <p>33 (ОПК-2) взаимосвязь качества и конкурентоспособности</p> <p>34 (ОПК-2) основные концепции философии качества</p> <p>35 (ОПК-2) современную практику обеспечения качества продукции</p> <p>36 (ОПК-2) фундаментальные основы формирования качества</p> <p>37 (ОПК-2) методы осуществления контроля и анализа качества в производственных системах</p> <p>38 (ОПК-2) рекомендации российских и международных стандартов по обеспечению качества продукции</p> <p>39 (ОПК-2) правовые основы защиты прав потребителей</p> <p>310 (ОПК-2) основы мотивации в маркетинге и менеджменте качества</p>

		Уметь: У 1 (ОПК-2) разрабатывать и внедрять системы качества и поддерживать их работоспособность У 2 (ОПК-2) использовать методы оценки уровня качества различных систем У 3 (ОПК-2) планировать организацию мероприятий по обеспечению заданного уровня качества продукции на предприятии и по устранению возникающих дефектов У 4 (ОПК-2) решать практические задачи по управлению качеством в производственном и сервисном предприятии Владеть: В 1 (ОПК-2) способностью системного восприятия всех процессов формирования качества В 2 (ОПК-2) современными методами и инструментами маркетинга и менеджмента качества
ОПК – 4	способностью выполнять маркетинговые исследования	Знать: З 1 (ОПК-4) способы исследования качества продукции Уметь: У 1 (ОПК-4) проводить маркетинговые исследования в области качества Владеть: В 1 (ОПК-4) методами исследования качества товаров и услуг

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Курс рассчитан на 18 часов практических занятий и 54 часа самостоятельной работы. Всего 2 зачетные единицы (72 часа). Промежуточная аттестация в форме зачета предусмотрена в 1 семестре.

Таблица 2

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины, час.												
	Всего	Семестр											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Очная форма обучения</i>													
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	18	18											
лекционного													
лабораторные работы													
практического занятия	18	18											
Самостоятельная работа студента (СРС)	54	54											
Промежуточная аттестация	Зачет	Зачет											
Общая трудоемкость (час. / з.е.)	72 / 2	72 / 2											

Таблица 3

Структура дисциплины

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра), форма промежуточной аттестации (по семестрам)	
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР			
1	Качество как социально-экономическая категория	1	1-2		2				6		2/50	О, Т
2	Исторические аспекты маркетинга и менеджмента	1	3-4		2				5		2/50	О, Т

	качества										
3	Качество и конкурентоспособность в условиях рыночной экономики	1	5-6		1			4		1/50	О, Т
4	Маркетинг и менеджмент качества на предприятии	1	5-8		2			5		2/50	О, Т, Р-1
5	Нормативно-правовое обеспечение качества	1	7-8		1			4		1/50	О, Т
6	Всеобщий менеджмент качества	1	9-10		2			5		2/50	О, Т
7	Процессный подход в менеджменте качества	1	11-12		1			3		3/50	О, Т
8	Сертификация в системе маркетинга и менеджмента качества	1	11-12		1			4		1/50	О, Т, Р-2
9	Экономические и статистические методы в маркетинге и менеджменте качества	1	13-14		2			6		2/50	О, Т
10	Оценка результативности и эффективности системы маркетинга и менеджмента качества на предприятии	1	15-16		2			5		2/50	О, Т
11	Персонал и обеспечение маркетинга и менеджмента качества	1	17-18		1			4		1/50	О, Т
12	Защита прав потребителей в области качества	1	17-18		1			3		1/50	О, Т, Р-3
Всего					18			54		18/50	Зачет

О – опрос, Т – тестирование, Р – рейтинг – контроль

Таблица 4

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
Тема 1	Качество как социально-экономическая категория	<p>Понятие и значение качества. Философский смысл качества. Сущность категории «качество» и ее определение. Законы развития общества и объективные тенденции, требующие новых подходов к качеству, как социально-экономической категории. Многоаспектность качества.</p> <p>Потребитель и качество. Экономическая природа качества. Сущность понятия «потребность». Требования потребителей к качеству продукции. Цена потребления как функция уровня качества. Уровни качества, оптимальные для производителя и потребителя.</p> <p>Уровень качества и законы спроса и предложения. Теория и практика отечественного управления качеством в условиях централизованной плановой экономики. Управление качеством в условиях рыночной экономики.</p> <p>Основные определения понятия «качество продукции». Техническое толкование</p>	ОПК – 2	<p>З 1 (ОПК-2) З 2 (ОПК-2) З 4 (ОПК-2) З 5 (ОПК-2) З 6 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)</p>

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
		качества. Физико-химические и натурально-вещественные свойства изделий и качество. Социально-экономическое толкование качества.		
Тема 2	Исторические аспекты маркетинга и менеджмента качества	Эволюция концепций качества. Управление производством и качеством продукции. Процессное улучшение качества. Процесс перехода от контроля к управлению качеством. Программа «ноль дефектов». История маркетинга и менеджмента качества. Формирование и развитие научных школ управления качеством. Вклад в развитие науки видных ученых в области качества. Зарубежные модели управления качеством. Развитие американской школы управления качеством. Национальные концепции управления качеством. Основные положения японской школы управления качеством. Развитие отечественных систем управления качеством.	ОПК – 2	3 2 (ОПК-2) 3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)
Тема 3	Качество и конкурентоспособность в условиях рыночной экономики	Концепция качества и конкурентоспособности продукции. Социально-экономическое значение качества и конкурентоспособности. Качество как составляющий элемент конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности продукции. Оценка конкурентоспособности производства и предприятия в рыночной экономике. Качество и конкурентоспособность продукции как объект маркетинга и менеджмента. Глобализация конкуренции. Качество как средство достижения конкурентных преимуществ. Качество как один из основных показателей конкурентоспособности.	ОПК – 2	3 2 (ОПК-2) 3 3 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)
Тема 4	Маркетинг и менеджмент качества на предприятии	Политика в области качества как важнейший компонент развития предприятия. Стратегическое и тактическое управление качеством на предприятии. Системный подход к менеджменту качества. Теоретико-методологические основы управления организацией на основе построения системы менеджмента качества. Формирование системы менеджмента качества на предприятии. Организация и функционирование службы управления качеством на предприятии. Функционально-структурный подход к проектированию систем управления качеством. Задачи управления качеством. Функции системы управления качеством. Этапы управления качеством. Структурно-логическая модель управления организацией на принципах маркетинга и менеджмента качества. Миссия и цели организации в области качества. Основные этапы плана разработки СМК в организации. Организация технического контроля качества	ОПК – 2	3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2)

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
		продукции на предприятии. Стратегический, тактический и оперативный уровни процесса менеджмента качества. Характерные черты менеджмента качества. Основные принципы менеджмента качества.		
Тема 5	Нормативно-правовое обеспечение качества	Правовое регулирование в области качества. Структура документации системы управления качеством. Регламентация основных задач и функций системы управления качеством в документах. Сущность и принципы технического регулирования. Содержание, виды и применение технических регламентов. Задачи стандартизации в управлении качеством. Функции стандартизации. Принципы стандартизации. Виды стандартов. Международные стандарты качества серии ИСО 9000. Стандарт ИСО 9001. Интегрированные системы качества: стандарты ИСО 14000 (экологический); ИСО 18000 (промышленной безопасности); стандарт SA 8000 (социально-этический).	ОПК – 2	3 7 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2)
Тема 6	Всеобщий менеджмент качества	Концепция всеобщего менеджмента качества (TQM). История и предпосылки возникновения TQM. Комплексное управление качеством как результат совершенствования системных методов. Основные этапы развития комплексных систем управления качеством. Цели и задачи всеобщего управления качеством. Методологические основы концепции TQM. Основные положения концепции всеобщего управления качеством. Принципы TQM. Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества. Факторы, влияющие на достижение целей TQM. Реинжиниринг. Бенчмаркинг. Системный подход к управлению качеством. Применение TQM на Российских предприятиях. Преимущества фирмы, внедрившей концепцию TQM. Проблемы внедрения концепции TQM в России. Стратегии управления качеством. Основные составляющие стратегии TQM.	ОПК – 2	3 1 (ОПК-2) 3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)
Тема 7	Процессный подход в менеджменте качества	Философия процессного подхода. Понятие процесса. Графическое изображение процесса. Классификация процессов. Бизнес-процессы. Обеспечивающие процессы. Процессы менеджмента. Методы структуризации и описания рабочих процессов. Характеристики процессов. 10 шагов внедрения процессного подхода на предприятии.	ОПК – 2	3 5 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2)
Тема 8	Сертификация в системе маркетинга и менеджмента качества	Сертификация: понятие, цели и принципы. Формы подтверждения соответствия: добровольная обязательная. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий. Сертификация систем менеджмента качества и экологическая	ОПК – 2	3 5 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
		<p>сертификация. Сертификация на международном и региональном уровне. Цели сертификации в управлении качеством. Сертификация и конкурентоспособность. Основные принципы сертификации. Нормирование требований сертификации. Виды, схемы и процедуры сертификации. Система сертификации в РФ. Органы сертификации. Порядок аккредитации органов сертификации.</p>		
Тема 9	<p>Экономические и статистические методы в маркетинге и менеджменте качества</p>	<p>Экономические цели управления качеством. Методы анализа затрат на создание новых потребительных стоимостей. Экономические рычаги мотивации качества. Цена потребления как элемент конкурентоспособности и ее роль в мотивации качества. Методы статистического измерения в маркетинге и менеджменте качества. Концепция статистического регулирования качества. Классификация статистических методов менеджмента качества. Контрольные карты регулирования. Статистическая дефектология качества. Контрольные листки. Диаграмма Парето. Причинно-следственный анализ. Гистограмма. Другие методы, входящие в «семь инструментов качества»: графики, диаграмма разброса, метод расслоения, контрольные листки как вспомогательный инструмент. Информационные технологии как основа комплексных систем управления качеством.</p>	<p>ОПК – 2 ОПК – 4</p>	<p>3 3 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2) 3 1 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4)</p>
Тема 10	<p>Оценка результативности и эффективности системы маркетинга и менеджмента качества на предприятии</p>	<p>Показатели оценки результативности и эффективности системы маркетинга и менеджмента качества. Квалиметрический подход к определению показателей качества продукции. Сущность и основные положения квалиметрии. Содержание и структура квалиметрии. Система показателей качества. Уровень качества. Классификация показателей качества. Общие положения метрологии. Методы измерения качества и обеспечение точности измерений. Эталоны. Техническое регулирование. Технический регламент. Контроль в менеджменте качества. Общие задачи, средства, объекты и виды контроля. Выборочный контроль. Дефекты и градация качества продукции. Служба качества в организации. Испытания продукции. Сущность аудита качества. Проведение внутреннего аудита и его принципы. Сертификационный аудит и его этапы. Затраты на качество. Методы сбора данных о затратах на качество. Основные принципы определения эффективности управления качеством.</p>	<p>ОПК – 2 ОПК – 4</p>	<p>3 5 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2) 3 1 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4)</p>

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций	Коды ЗУН (в соответствии с табл. 1)
		Основные источники эффектов и показатели расчета эффективности управления качеством.		
Тема 11	Персонал и обеспечение маркетинга и менеджмента качества	Человеческий фактор и его роль в менеджменте качества. Роль персонала и основные направления их деятельности по системному управлению качеством. Развитие позитивного отношения персонала к проблемам управления качеством. Мотивационное обеспечение управления качеством. Активизация творческой деятельности персонала по обеспечению управления качеством. Кружки и группы качества, особенности их организации и функционирования. Формы использования творческого потенциала работников. Организация создания групп качества и конкурентоспособности. Инструментарий, используемый группами качества и конкурентоспособности. Защита прав потребителей и ответственность руководителей и персонала за качество. Роль культуры качества в системе целей организации. Организационная культура предприятия. Организационный климат.	ОПК – 2	З 9 (ОПК-2) З 10 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)
Тема 12	Защита прав потребителей в области качества	Руководящие принципы ООН в защиту интересов потребителей. Понятийный аппарат в области защиты прав потребителя. Защита прав потребителей за рубежом. Законодательные акты и положения РФ о защите прав потребителей и ответственности производителей при обеспечении качества. Механизм обеспечения прав потребителей и ответственности производителей. Судебная защита потребителей. Виды юридической ответственности за нарушения законодательства о защите прав потребителя. Общества защиты прав потребителя. Зарубежный опыт регулирования защиты прав потребителя. Правовое обеспечение защиты прав потребителя в РФ. Государственное регулирование защиты прав потребителя в РФ.	ОПК – 2	З 9 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В ходе освоения дисциплины при проведении аудиторных занятий используются следующие образовательные технологии:

Информационные технологии: применение электронных образовательных ресурсов при подготовке к лекциям, практическим занятиям. Презентации Microsoft Power Point.

Работа в команде: совместная работа студентов в группе на практических занятиях.

Проблемное обучение: стимулирование студентов к самостоятельному приобретению знаний, необходимых для решения конкретной проблемы в процессе лекционных и практических занятий.

Индивидуальное обучение: выстраивание студентом собственной образовательной траектории на основе формирования индивидуальной образовательной программы с учетом интересов студента.

Междисциплинарное обучение: применение знаний из разных областей, их группировка и концентрация в контексте решаемой задачи.

Основные типы лекций:

Информационная лекция.

Проблемная лекция - в отличие от информационной лекции, на которой сообщаются сведения, предназначенные для запоминания, на проблемной лекции знания вводятся как «неизвестное», которое необходимо «открыть». Проблемная лекция начинается с вопросов, с постановки проблемы, которую в ходе изложения материала необходимо решить. При этом выдвигаемая проблема требует не однотипного решения, готовой схемы которого нет. Данный тип лекции строится таким образом, что деятельность студента по ее усвоению приближается к поисковой, исследовательской. На подобных лекциях обязателен диалог преподавателя и студентов.

При организации самостоятельной работы занятий используются следующие образовательные технологии:

- проектный метод,
- метод сотрудничества,
- самостоятельная работа с учебниками,
- самостоятельная постановка и решение практических и учебно-практических задач.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

6.1. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Трудоемкость самостоятельной работы студентов по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества» составляет 54 часа.

Таблица 5

Вопросы для самостоятельного изучения

№ темы	Вопросы, выносимые на самостоятельное изучение	Кол-во часов
1	Экономическая природа качества.	5
2	Зарубежные модели управления качеством.	5
3	Качество как средство достижения конкурентных преимуществ.	4

4	Стратегическое и тактическое управление качеством на предприятии.	4
5	Задачи стандартизации в управлении качеством.	4
6	Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества.	5
7	Классификация процессов.	4
8	Сертификация на международном и региональном уровне.	5
9	Методы статистического измерения в маркетинге и менеджменте качества.	5
10	Сущность и основные положения квалиметрии.	4
11	Кружки и группы качества, особенности их организации и функционирования.	5
12	Механизм обеспечения прав потребителей и ответственности производителей.	4
Итого:		54

6.2. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества» проводится в соответствии с Учебным планом в форме зачета в 1 семестре. Студенты допускаются к зачету в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины и согласно «Положению о рейтинговой системе комплексной оценки знаний студентов в ВлГУ» набранное студентом суммарное количество баллов по дисциплине должно быть не менее 20 рейтинговых баллов.

6.3. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

В ходе промежуточной аттестации осуществляется контроль освоения компетенций в соответствии с этапами их формирования.

Этапы формирования компетенций в ходе изучения дисциплины «Маркетинг и менеджмент качества»

Таблица 6

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций
Тема 1	Качество как социально-экономическая категория	<p>Понятие и значение качества. Философский смысл качества. Сущность категории «качество» и ее определение. Законы развития общества и объективные тенденции, требующие новых подходов к качеству, как социально-экономической категории. Многоаспектность качества.</p> <p>Потребитель и качество. Экономическая природа качества. Сущность понятия «потребность». Требования потребителей к качеству продукции. Цена потребления как функция уровня качества. Уровни качества, оптимальные для производителя и потребителя.</p> <p>Уровень качества и законы спроса и предложения. Теория и практика отечественного управления качеством в условиях централизованной плановой экономики. Управление качеством в условиях рыночной экономики.</p> <p>Основные определения понятия «качество продукции». Техническое толкование качества. Физико-химические и натурально-вещественные свойства изделий и качество. Социально-экономическое толкование качества.</p>	ОПК – 2
Тема 2	Исторические	Эволюция концепций качества. Управление производством и	ОПК – 2

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций
	аспекты маркетинга и менеджмента качества	<p>качеством продукции. Процессное улучшение качества. Процесс перехода от контроля к управлению качеством. Программа «ноль дефектов».</p> <p>История маркетинга и менеджмента качества. Формирование и развитие научных школ управления качеством. Вклад в развитие науки видных ученых в области качества. Зарубежные модели управления качеством. Развитие американской школы управления качеством. Национальные концепции управления качеством. Основные положения японской школы управления качеством. Развитие отечественных систем управления качеством.</p>	
Тема 3	Качество и конкурентоспособность в условиях рыночной экономики	<p>Концепция качества и конкурентоспособности продукции. Социально-экономическое значение качества и конкурентоспособности. Качество как составляющий элемент конкурентоспособности. Оценка конкурентоспособности продукции. Оценка конкурентоспособности производства и предприятия в рыночной экономике. Качество и конкурентоспособность продукции как объект маркетинга и менеджмента.</p> <p>Глобализация конкуренции. Качество как средство достижения конкурентных преимуществ. Качество как один из основных показателей конкурентоспособности.</p>	ОПК – 2
Тема 4	Маркетинг и менеджмент качества на предприятии	<p>Политика в области качества как важнейший компонент развития предприятия. Стратегическое и тактическое управление качеством на предприятии.</p> <p>Системный подход к менеджменту качества. Теоретико-методологические основы управления организацией на основе построения системы менеджмента качества.</p> <p>Формирование системы менеджмента качества на предприятии. Организация и функционирование службы управления качеством на предприятии. Функционально-структурный подход к проектированию систем управления качеством. Задачи управления качеством. Функции системы управления качеством. Этапы управления качеством.</p> <p>Структурно-логическая модель управления организацией на принципах маркетинга и менеджмента качества. Миссия и цели организации в области качества. Основные этапы плана разработки СМК в организации.</p> <p>Организация технического контроля качества продукции на предприятии. Стратегический, тактический и оперативный уровни процесса менеджмента качества.</p> <p>Характерные черты менеджмента качества. Основные принципы менеджмента качества.</p>	ОПК – 2
Тема 5	Нормативно-правовое обеспечение качества	<p>Правовое регулирование в области качества. Структура документации системы управления качеством. Регламентация основных задач и функций системы управления качеством в документах.</p> <p>Сущность и принципы технического регулирования. Содержание, виды и применение технических регламентов. Задачи стандартизации в управлении качеством. Функции стандартизации. Принципы стандартизации. Виды стандартов. Международные стандарты качества серии ИСО 9000. Стандарт ИСО 9001. Интегрированные системы качества: стандарты ИСО 14000 (экологический); ИСО 18000 (промышленной безопасности); стандарт SA 8000 (социально-этический).</p>	ОПК – 2
Тема 6	Всеобщий менеджмент качества	<p>Концепция всеобщего менеджмента качества (TQM). История и предпосылки возникновения TQM. Комплексное управление качеством как результат совершенствования системных методов. Основные этапы развития комплексных систем управления качеством. Цели и задачи всеобщего управления качеством. Методологические основы концепции TQM. Основные положения концепции всеобщего управления качеством. Принципы TQM.</p> <p>Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества. Факторы,</p>	ОПК – 2

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций
		влияющие на достижение целей TQM. Реинжиниринг. Бенчмаркинг. Системный подход к управлению качеством. Применение TQM на Российских предприятиях. Преимущества фирмы, внедрившей концепцию TQM. Проблемы внедрения концепции TQM в России. Стратегии управления качеством. Основные составляющие стратегии TQM.	
Тема 7	Процессный подход в менеджменте качества	Философия процессного подхода. Понятие процесса. Графическое изображение процесса. Классификация процессов. Бизнес-процессы. Обеспечивающие процессы. Процессы менеджмента. Методы структуризации и описания рабочих процессов. Характеристики процессов. 10 шагов внедрения процессного подхода на предприятии.	ОПК – 2
Тема 8	Сертификация в системе маркетинга и менеджмента качества	Сертификация: понятие, цели и принципы. Формы подтверждения соответствия: добровольная обязательная. Аккредитация органов по сертификации и испытательных лабораторий. Сертификация систем менеджмента качества и экологическая сертификация. Сертификация на международном и региональном уровне. Цели сертификации в управлении качеством. Сертификация и конкурентоспособность. Основные принципы сертификации. Нормирование требований сертификации. Виды, схемы и процедуры сертификации. Система сертификации в РФ. Органы сертификации. Порядок аккредитации органов сертификации.	ОПК – 2
Тема 9	Экономические и статистические методы в маркетинге и менеджменте качества	Экономические цели управления качеством. Методы анализа затрат на создание новых потребительских стоимостей. Экономические рычаги мотивации качества. Цена потребления как элемент конкурентоспособности и ее роль в мотивации качества. Методы статистического измерения в маркетинге и менеджменте качества. Концепция статистического регулирования качества. Классификация статистических методов менеджмента качества. Контрольные карты регулирования. Статистическая дефектология качества. Контрольные листки. Диаграмма Парето. Причинно-следственный анализ. Гистограмма. Другие методы, входящие в «семь инструментов качества»: графики, диаграмма разброса, метод расслоения, контрольные листки как вспомогательный инструмент. Информационные технологии как основа комплексных систем управления качеством.	ОПК – 2 ОПК – 4
Тема 10	Оценка результативности и эффективности системы маркетинга и менеджмента качества на предприятии	Показатели оценки результативности и эффективности системы маркетинга и менеджмента качества. Квалиметрический подход к определению показателей качества продукции. Сущность и основные положения квалиметрии. Содержание и структура квалиметрии. Система показателей качества. Уровень качества. Классификация показателей качества. Общие положения метрологии. Методы измерения качества и обеспечение точности измерений. Эталоны. Техническое регулирование. Технический регламент. Контроль в менеджменте качества. Общие задачи, средства, объекты и виды контроля. Выборочный контроль. Дефекты и градация качества продукции. Служба качества в организации. Испытания продукции. Сущность аудита качества. Проведение внутреннего аудита и его принципы. Сертификационный аудит и его этапы. Затраты на качество. Методы сбора данных о затратах на качество. Основные принципы определения эффективности управления качеством. Основные источники эффектов и показатели расчета эффективности управления качеством.	ОПК – 2 ОПК – 4
Тема 11	Персонал и обеспечение маркетинга и менеджмента качества	Человеческий фактор и его роль в менеджменте качества. Роль персонала и основные направления их деятельности по системному управлению качеством. Развитие позитивного отношения персонала к проблемам управления качеством. Мотивационное обеспечение управления качеством. Активизация творческой деятельности	ОПК – 2

№ п/п	Наименование тем	Содержание тем	Коды компетенций
		персонала по обеспечению управления качеством. Кружки и группы качества, особенности их организации и функционирования. Формы использования творческого потенциала работников. Организация создания групп качества и конкурентоспособности. Инструментарий, используемый группами качества и конкурентоспособности. Защита прав потребителей и ответственность руководителей и персонала за качество. Роль культуры качества в системе целей организации. Организационная культура предприятия. Организационный климат.	
Тема 12	Защита прав потребителей в области качества	Руководящие принципы ООН в защиту интересов потребителей. Понятийный аппарат в области защиты прав потребителя. Защита прав потребителей за рубежом. Законодательные акты и положения РФ о защите прав потребителей и ответственности производителей при обеспечении качества. Механизм обеспечения прав потребителей и ответственности производителей. Судебная защита потребителей. Виды юридической ответственности за нарушения законодательства о защите прав потребителя. Общества защиты прав потребителя. Зарубежный опыт регулирования защиты прав потребителя. Правовое обеспечение защиты прав потребителя в РФ. Государственное регулирование защиты прав потребителя в РФ.	ОПК – 2

6.4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7

Показатели и критерии оценивания компетенций по этапам их формирования

Наименование тем	Коды компетенций	Коды ЗУН	Показатель и оценивания	Критерии оценивания	Оценка	
Качество как социально-экономическая категория	ОПК – 2	3 1 (ОПК-2) 3 2 (ОПК-2) 3 4 (ОПК-2) 3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 1 - 3	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно излагает его на зачете,	Отлично	
Исторические аспекты маркетинга и менеджмента качества	ОПК – 2	3 2 (ОПК-2) 3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 4 - 6	умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятое решение.		
Качество и конкурентоспособность в условиях рыночной экономики	ОПК – 2	3 2 (ОПК-2) 3 3 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 7 - 9	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические		Хорошо
Маркетинг и менеджмент качества на предприятии	ОПК – 2	3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 10 - 12			

Наименование тем	Коды компетенций	Коды ЗУН	Показатель и оценивания	Критерии оценивания	Оценка
		В 1 (ОПК-2)		положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	
Нормативно-правовое обеспечение качества	ОПК – 2	3 7 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 13 - 15	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ.	
Всеобщий менеджмент качества	ОПК – 2	3 1 (ОПК-2) 3 5 (ОПК-2) 3 6 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 16- 18		Удовлетворительно
Процессный подход в менеджменте качества	ОПК – 2	3 5 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 19 - 21		
Сертификация в системе маркетинга и менеджмента качества	ОПК – 2	3 5 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 22 - 24		Неудовлетворительно
Экономические и статистические методы в маркетинге и менеджменте качества	ОПК – 2 ОПК – 4	3 3 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2) 3 1 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4)	Вопросы на зачете 25 - 27		
Оценка результативности и эффективности системы маркетинга и менеджмента качества на предприятии	ОПК – 2 ОПК – 4	3 5 (ОПК-2) 3 7 (ОПК-2) 3 8 (ОПК-2) У 1 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) В 1 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2) 3 1 (ОПК-4) У 1 (ОПК-4) В 1 (ОПК-4)	Вопросы на зачете 28 - 30		

Наименование тем	Коды компетенций	Коды ЗУН	Показатель и оценивания	Критерии оценивания	Оценка
Персонал и обеспечение маркетинга и менеджмента качества	ОПК – 2	З 9 (ОПК-2) З 10 (ОПК-2) У 3 (ОПК-2) У 4 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 31 - 33		
Защита прав потребителей в области качества	ОПК – 2	З 9 (ОПК-2) У 2 (ОПК-2) В 2 (ОПК-2)	Вопросы на зачете 34 - 36		

6.5. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

Вопросы для подготовки к опросу по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества»

1. Как возникло управление качеством?
2. Как происходило развитие концепции управления качеством по отношению к системе общего менеджмента?
3. Как возникла модель Всеобщего контроля качества и в чем ее суть?
4. В чем заключается основной смысл концепции Всеобщего управления качеством, и насколько эта концепция применима для малых предприятий?
5. Какие цели преследует Всеобщее управление качеством?
6. Из каких элементов состоит современная модель TQM?
7. На каких принципах базируется концепция TQM?
8. В чем должна выражаться ориентация организации на потребителя?
9. Какие каналы «обратной связи» организации с потребителем применяются в практике управления качеством?
10. Какие методы сбора данных об ожиданиях потребителей лучше использовать малому предприятию?
11. На какие группы потребителей нужно ориентироваться производителю?
12. Как обеспечить ведущую роль руководства на практике?

13. На чем основан принцип процессного подхода?
14. Что такое «процесс» в теории управления качеством?
15. На какие виды можно разделить процессы?
16. В чем заключается принцип системного подхода к управлению?
17. Как можно повысить эффективность деятельности организации?
18. Как на практике реализовать принцип системного управления?
19. В чем заключается принцип постоянного совершенствования?
20. Как можно реализовать принцип постоянного совершенствования?
21. В чем заключается принцип взаимовыгодных отношений с поставщиками и как его можно реализовать?
22. Какие преимущества дает внедрение TQM в практику деятельности компании?
23. Какие проблемы при внедрении TQM могут возникнуть?
24. Какова роль Деминга в формировании современной системы управления качеством?
25. Принципы Деминга, 14 принципов совершенствования качества.
26. Какие еще концепции, помимо принципов Деминга, оказали наибольшее влияние на развитие теории управления качеством?
27. 10 составляющих повышения качества по Джурану.
28. План совершенствования качества, Филиппа Б. Кросби, состоящий из 14 компонентов.
29. Что такое «совершенствование» применительно к управлению деятельностью организации и как оно связано с управлением качеством?
30. Какие действия необходимо предпринять, чтобы на практике «запустить» механизм совершенствования деятельности организации?
31. Что такое самооценивание (самооценка)?
32. Какие преимущества обеспечивает компании применение самооценивания?
33. Что такое бенчмаркинг?
35. Премии за качество.
36. Роль премий за качество в улучшении деятельности организации.
37. Классификация затрат на качество.
38. Учет затрат на качество в организации.
39. Методы определения проблемных мест в организации.
40. Управление знаниями в организации.

Примеры тестовых заданий
по дисциплине «Маркетинг в проектном управлении», используемых при текущем
контроле
Рейтинг контроль № 1

1. Согласно международному стандарту ИСО 9000:2000 качество – это:

- а) Тотальный менеджмент;
- б) Комплексное понятие, характеризующее эффективность всех сторон деятельности предприятия;
- в) Степень соответствия совокупности присущих характеристик требованиям;
- г) Совокупность технических характеристик продукции.

2. Международный стандарт ИСО 9000:2000 определяет качество:

- а) Работ;
- б) Продукции;
- в) Услуг;
- г) Продукции, услуг, работ, процессов.

3. К объектам управления качеством относятся:

- а) Продукция;
- б) Процессы;
- в) Отделы технического контроля предприятия;
- г) Работники.

4. К субъектам управления качеством относятся:

- а) Продукция;
- б) Процессы;
- в) Отделы технического контроля предприятия;
- г) Центр менеджмента качества предприятия.

5. Какие из следующих операций входят в процесс управления качеством:

- а) Приобретение сырья и комплектующих;
- б) Выработка управленческих решений по управлению качеством;
- в) Упаковка продукции.

6. Цеховой контроль качества появился:

- а) В 1870 году;
- б) В начале XX века;
- в) В 30-х годах XX века;
- г) После второй мировой войны.

7. Какие из нижеприведенных принципов являются базовыми для концепции TQM:

- а) Системный подход;
- б) Комплексный подход;
- в) Процессный подход;

г) Использование статистических методов.

8. Согласно концепции TQM качество должно обеспечиваться:

- а) На этапах проектирования и производства продукции;
- б) На всех этапах жизненного цикла продукции;
- в) На этапах производства и контроля качества.

9. Традиционный метод получения информации о значениях показателей качества продукции предполагает:

- а) Использование экспертных процедур;
- б) Опросы потенциальных покупателей;
- в) Анализ рекламаций;
- г) Испытание продукции с помощью технических средств.

10. Какой из приведенных показателей следует отнести к экономическим показателям качества:

- а) Затраты на гарантийный ремонт;
- б) Затраты на обеспечение качества;
- в) Цена потребителя;
- г) Долговечность.

Рейтинг контроль № 2

Задача 1

Внедрение на предприятии рационализаторского предложения позволило повысить качество продукции и увеличить объем годового выпуска на 500 изделий. Цена изделия до внедрения рационализаторского предложения составила 3000 руб., а после внедрения - 3200 руб. Определите годовой экономический эффект от внедрения предприятием рационализаторского предложения, приняв во внимание, что первоначального варианта производства продукции был равен 2500 штук.

Задача 2

На предприятии сплошному контролю было подвергнуто $n = 100$ партий по 250 изделий в каждой. Результаты контроля приводятся в таблице, где m - число партий с D дефектными изделиями. Приемлемый уровень качества на предприятии принят в размере 0,09. Определить: риск поставщика на получение бракованных партий изделий.

Задача 3

На электроламповом заводе цех производит электролампочки. Для проверки их качества отбирают 30 ламп и подвергают испытанию на специальном стенде. Результаты

испытаний представлены в таблице. Определите среднюю продолжительность горения ламп.

Задача 4.

При испытании транзистора на заводе электронной аппаратуры интенсивность отказа определяется в интервале 2000 – 3000 часов. Проведено испытание 5 групп транзисторов по 300 изделий в течение 2500 часов. Результаты испытаний представлены в таблице. Определить интенсивность отказов транзисторов на 2500 часов работы.

Задача 5.

Приведенные затраты на производство 1 мотора на заводе в 2015 г. составили 7000 рублей. Внедрение нового технологического процесса в 1 квартале 2016 г. позволили снизить приведенные затраты до 6500 руб. Определите экономический эффект в 2016 г. от внедрения нового технологического процесса, если известно, что программа завода на 2016 г. составляет 10000 моторов.

Рейтинг-контроль № 3

Задача 1.

Завод реализует изготовленные им радиоприемники по цене 1000 рублей, неся затраты на изготовление до 20% от продажной цены. Расходы дилеров при приобретении радиоприемников на транспортировку и хранение составляют до 10% от их продажной цены. По какой цене им необходимо продавать приемники, чтобы иметь экономический эффект от своих сделок не ниже экономического эффекта завода-изготовителя?

Задача 2.

Внедрение изобретения позволило снизить себестоимость единицы продукции на 100 руб. Первоначальная себестоимость изделия была равна 1500 руб. Годовой объем производства на предприятии составил 10000 штук. Единовременные затраты на разработку и внедрение изобретения составили 20000 руб. Определите годовой экономический эффект от внедрения изобретения.

Задача 3.

По отчету за 2016 г. на заводе имелись следующие показатели: Себестоимость забракованных изделий, полуфабрикатов и др. материальных ценностей - 300 тыс. рублей. Расходы по исправлению брака составили - 5 тыс. рублей. Реализовано бракованной продукции на предприятия «Вторсырья» - 120 тыс. руб. Сумма удержаний с работников, допустивших брак - 10 тыс. руб. Суммы, взысканные с поставщиков недоброкачественных материалов - 150 тыс. руб. Определить величину потерь от брака на заводе в 2016 г.

Задача 4.

На машиностроительном предприятии в 2015 г. доля бракованной продукции составила 5% от общего объема выпуска продукции. Ввод в эксплуатацию в 2016 г. нового сборочного конвейера позволил снизить долю бракованных изделий до 2%. Определите годовой экономический эффект от снижения брака на заводе, принимая во внимание, что объем производства в 2016 г. сохранился на уровне 2015 г., а объем бракованной продукции в 2015 г. составил 4000 тыс. руб.

Задача 5.

На заводе затраты на качество изготовления и эксплуатацию телевизоров составили (по методу калькулирования ПОД): метрологическое обеспечение производства равно - 150 тыс. руб.; затраты на испытания и сертификацию-20 тыс. руб.; затраты на брак в производстве - 5 тыс. руб.; затраты от возврата продукции потребителям-10 тыс. руб. Определите сумму общих затрат на качество продукции.

Регламент проведения текущего контроля и оценивания

№	Вид работы	Продолжительность
1.	Предел длительности тестирования (10 вопросов)	35-40 мин.
2.	Внесение исправлений	до 5 мин.
	Итого (в расчете на тест)	до 45 мин.
3	Предел длительности решения задач	40-50 мин.
4	Внесение исправлений	до 10 мин.
	Итого (в расчете на 5 задач)	60 мин.

Общее распределение баллов текущего контроля по видам учебных работ для студентов (в соответствии с Положением)

Рейтинг-контроль 1	Тест 10 вопросов	До 15 баллов
Рейтинг-контроль 2	Решение задач	До 15 баллов
Рейтинг контроль 3	Решение задач	До 30 баллов
Посещение занятий студентом		5 баллов
Дополнительные баллы (бонусы)		5 баллов
Выполнение семестрового плана самостоятельной работы		30 баллов
	Итого	До 100 баллов

Список рекомендуемых тем рефератов по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества»

1. Современная философия качества.
2. Системное определение качества. Многоаспектность категории «качество».

3. История развития теории и практики управления качеством. Эволюция мышления в области управления качеством.
4. Принципы управления качеством.
5. Качество как объект менеджмента. Место менеджмента качества в системе общего менеджмента.
6. Концепция всеобщего менеджмента качества – TQM.
7. Контроль качества.
8. Опыт ведущих зарубежных фирм в области обеспечения и управления качеством.
9. Особенности управления качеством в Японии.
10. Американские подходы к проблеме качества.
11. Опыт разработки и внедрения систем качества на отечественных предприятиях.
12. Модель системы менеджмента качества на основе процессного подхода.
13. Затраты на обеспечение заданного уровня качества.
14. Квалиметрия как наука, ее взаимосвязь с менеджментом качества.
15. Методы оценки качества. Оценка результата.
16. Проектирование системы менеджмента качества на предприятии.
17. Зарубежный опыт конкурсов и премий в области качества.
18. Интеллектуальная собственность в системе маркетинга и менеджмента качества.
19. Мониторинг и измерение качества на предприятии.
20. Управление затратами на качество.
21. Выбор модели системы качества для конкретного предприятия.
22. Анализ качества продукции (услуги) и разработка путей его повышения.
23. Вовлечение персонала в управление качеством на предприятии.
24. Правовое регулирование качества продукции.
25. Стандарты качества и их характеристика.
26. Метод «Шесть Сигм» и его характеристика.
27. Характеристика «Дома качества», этапы построения
28. Статистические методы управления качеством продукции
29. Контрольные карты и их характеристика
30. Диаграмма Парето, характеристика, этапы построения
31. Методы получения информации об удовлетворенности потребителей.
32. Поддержание всеобщего качества в организации

Вопросы к зачету по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества»

1. Понятие и значение качества.
2. Требования потребителей к качеству продукции.
3. Управление качеством в условиях рыночной экономики.
4. Эволюция концепций качества.
5. Формирование и развитие научных школ управления качеством.
6. Зарубежные модели управления качеством.
7. Концепция качества и конкурентоспособности продукции.
8. Качество как составляющий элемент конкурентоспособности.
9. Качество как средство достижения конкурентных преимуществ.
10. Стратегическое и тактическое управление качеством на предприятии.
11. Системный подход к менеджменту качества.
12. Формирование системы менеджмента качества на предприятии.
13. Правовое регулирование в области качества.
14. Содержание, виды и применение технических регламентов.
15. Задачи стандартизации в управлении качеством.
16. Концепция всеобщего менеджмента качества (TQM).
17. История и предпосылки возникновения TQM.
18. Взаимосвязь общего менеджмента и менеджмента качества.
19. Философия процессного подхода.
20. Классификация процессов.
21. Характеристики процессов.
22. Сертификация: понятие, цели и принципы.
23. Сертификация на международном и региональном уровне.
24. Система сертификации в РФ.
25. Экономические цели управления качеством.
26. Методы статистического измерения в маркетинге и менеджменте качества.
27. Классификация статистических методов менеджмента качества.
28. Сущность и основные положения квалиметрии.
29. Методы измерения качества и обеспечение точности измерений.
30. Контроль в менеджменте качества.
31. Человеческий фактор и его роль в менеджменте качества.
32. Мотивационное обеспечение управления качеством.
33. Кружки и группы качества, особенности их организации и функционирования.

34. Механизм обеспечения прав потребителей и ответственности производителей.
 35. Зарубежный опыт регулирования защиты прав потребителя.
 36. Правовое обеспечение защиты прав потребителя в РФ.

6.6. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Опрос проводит преподаватель по всем темам дисциплины. Знания, умения, навыки студента при проведении опроса оцениваются «зачтено», «не зачтено». Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой.

Тест оценивается преподавателем по системе «зачтено», «не зачтено».

Критерии и показатели, используемые при оценивании теста

Критерии	Показатели
0-59% правильных ответов	Не зачтено
60-100% правильных ответов	Зачтено

Оценивание студента на опросе по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества»

Оценка	Требования к знаниям
«Зачтено»	Оценка «зачтено» выставляется студенту, который усвоил предусмотренный программный материал; правильно, с приведением примеров, показал систематизированные знания по теме дисциплины, способен связать теорию с практикой, тему вопроса с другими темами данного курса, других изучаемых предметов.
«Не зачтено»	Оценка «не зачтено» выставляется в следующих случаях: 1. Студент не справился с заданием, не может ответить на вопросы, предложенные преподавателем, не обладает целостным представлением об изучаемой теме и ее взаимосвязях. 2. Ответ на вопрос полностью отсутствует. 3. Отказ от ответа.

Тест оценивается преподавателем по системе «зачтено», «не зачтено».

Критерии и показатели, используемые при оценивании теста

Критерии	Показатели
0-59% правильных ответов	Не зачтено
60-100% правильных ответов	Зачтено

Зачет принимает лектор. Оценка знаний студента на зачете носит комплексный характер и определяется его:

- ответом на зачете;
- рейтинговыми баллами, набираемыми студентом по итогам трех текущих контролей.

Максимальная сумма баллов, набираемая студентом по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества» в течение семестра равна 100.

6.7. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Маркетинг и менеджмент качества» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (практические занятия) и самостоятельной работы

студентов. Практические занятия дисциплины «Маркетинг и менеджмент качества» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций.

Подготовка к практическим занятиям:

- ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
- выпишите основные термины;
- ответьте на контрольные вопросы по занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
- уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
- готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы.

Подготовка к зачету. Текущий контроль должны сопровождать рефлексия участия в интерактивных занятиях и ответы на ключевые вопросы по изученному материалу. Итоговый контроль по курсу осуществляется в форме ответа на вопросы. В самом начале учебного курса необходимо познакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- перечнем вопросов к зачету.

После этого должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине. Систематическое выполнение учебной работы на занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Аристов О.В. Управление качеством: Учебник / О.В. Аристов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2014. – 224 с. ISBN 978-5-16-005652-4.
2. Басовский Л.Е. Управление качеством: Учебник / Л.Е. Басовский, В.Б. Протасьев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ Инфра-М, 2015. – 253 с. ISBN 978-5-16-004475-0.
3. Магомедов, Ш. Ш. Управление качеством продукции: Учебник / Ш. Ш. Магомедов, Г. Е. Беспалова. – М.: Дашков и К, 2013. – 336 с. ISBN 978-5-394-01715-5.
4. Михеева Е.Н. Управление качеством: Учебник / Михеева Е.Н., Сероштан М.В. – М.: Дашков и К, 2014. – 531 с. ISBN 978-5-394-01078-1.

5. Управление качеством: Учебник для студентов вузов / С.Д. Ильенкова и др. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – 287 с. ISBN 978-5-238-02344-1.

б) дополнительная литература:

6. Герасимов Б.И. Управление качеством: Учебное пособие / Герасимов Б.И., Сизикин А.Ю., Герасимова Е.Б.; Под ред. Герасимов Б.И., – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 216 с. ISBN 978-5-91134-810-6.

7. Елохов А.М. Управление качеством: Учебное пособие / А.М.Елохов – 2 изд., перераб. и доп. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 334 с. ISBN 978-5-16-010389-1.

8. Магер В.Е. Управление качеством: Учебное пособие / В.Е. Магер. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 176 с. ISBN 978-5-16-004764-5.

9. Управление качеством: Учебное пособие / Ю.Т. Шестопап, В.Д. Дорофеев, Н.Ю. Шестопап, Э.А. Андреева. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 331 с. ISBN 978-5-16-003321-1.

10. Эванс Джеймс Р. Управление качеством : учебное пособие для студентов вузов / Джеймс Р. Эванс – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 673 с. ISBN 5-238-01062-1.

в) периодические издания:

1. Журналы «Стандарты и качество».
2. Журналы «Стандарты и мониторинг в образовании».
3. Журналы « Методы менеджмента качества».

г) интернет-ресурсы:

1. <http://www.qaulity.edu.ru/> – информационный портал поддержки управления качеством в образовании
2. <http://www.eqc.org.ru/> – Европейский фонд качества
3. <http://www.deming.ru/> – Ассоциация Деминга
4. <http://www.6-sigma.ru/> – Ассоциация «6-сигм»
5. <http://www.centerprioritet.ru/> – центр «Приоритет»
6. <http://www.iso9000.ru/> - Российский сайт, посвященный ISO 9000, вопросам менеджмента качества и сертификации. Сайт содержит разделы: библиотека, менеджмент качества, инструментарий качества, терминология качества, новости и другие
7. <http://www.stq.ru/> - Издательство «Стандарты и качество»
8. <http://www.roskachestvo.ru/vok.php> - Программа «Российское качество»

9. <http://rc.edu.ru/rc/> - Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов

10. <http://www.standard.ru/> - Портал о стандартах

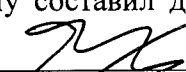
11. <http://quality.eur.ru/> - Материалы по ИСО 9001:2000. Материалы по разработке, внедрению и сертификации систем менеджмента качества

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для проведения лекций и семинаров требуются стандартно оборудованные аудитории: видеопроектор, экран настенный, мультимедийные средства и др.

Для успешного освоения дисциплины, студент использует следующие программные средства: Word Office (тексты), Power Point (презентации), EXEL (таблицы и графики), электронные учебные материалы на CD и в Интернет, электронные рассылки по E-mail.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 22.04.02 «Металлургия»

Рабочую программу составил доцент кафедры менеджмента и маркетинга ВлГУ, к.э.н. Николенко А.В. 

(ФИО, подпись)

Рецензент

(представитель работодателя)

Генеральный директор ООО «ФРД «Белок»
Александр А.Ф. Косов

(место работы, должность, ФИО, подпись)

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры

Протокол № 10 от 21.09.2013 года

/ Заведующий кафедрой

(ФИО, подпись)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 22.04.02 «Металлургия»

Протокол № 7 от 22.04.15 года

Председатель комиссии

(ФИО, подпись)

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год

Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года

Заведующий кафедрой _____