



АНОТАЦІЯ ДИСЦИПЛІНИ «УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ»

дисципліна вільного вибору студента ступеня вищої освіти «бакалавр».
Викладається кафедрою маркетингу

1. Мета опанування дисципліни в контексті підготовки фахівців з маркетингу.

Мета навчальної дисципліни сформувати у майбутніх фахівців комплекс знань щодо базових принципів, категорій, методів та інструментів управління якістю в сучасних компаніях; узагальнюючи основні досягнення теорії та практики в галузі управління якістю, показати необхідність використання цих досягнень у всіх сферах діяльності організації незалежно від її галузевої належності, розміру та структури; сформувати уявлення про системну організацію процесів управління якістю на підприємстві, що відповідає вимогам міжнародних стандартів.

2. В результаті вивчення дисципліни студент буде:

ЗНАТИ: сутність основних теоретичних положень сучасної концепції управління якістю; призначення та механізм застосування класичних і сучасних методів та інструментів управління якістю в поточній діяльності підприємств; послідовність етапів створення на підприємстві системи менеджменту якості, базуючись на процесному підході, та забезпечення її ефективного функціонування на основі концепції постійного поліпшення; порядок застосування міжнародних стандартів у процесі створення та сертифікації системи управління якістю на підприємстві та проведення внутрішнього й зовнішнього аудиту системи управління якістю.

ВМІТИ: інтегрувати стратегію управління якістю в загальну систему стратегічного управління підприємства; здійснювати економічні розрахунки щодо обґрунтування організаційно-технічних рішень, спрямованих на підвищення якості та продуктивності; застосовувати статистичні методи управління якістю в операційній діяльності у процесі забезпечення якості виконання технологічних операцій; описувати бізнес-процеси, що відбуваються в організації й будувати процесну модель підприємства; розробляти документацію системи управління якістю організації відповідно до вимог стандартів ISO 9000 при побудові системи та підготовці підприємства до сертифікації.

3. Перелік компетенцій, яких набуде студент після опанування даної дисципліни:

1. Знання та розуміння предметної області та розуміння професійної діяльності.
2. Здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях.
3. Здатність проваджувати маркетингову діяльність на основі розуміння сутності та змісту теорії маркетингу і функціональних зв'язків між її складовими.
4. Здатність використовувати інструментарій маркетингу в інноваційній діяльності.
5. Здатність аналізувати поведінку ринкових суб'єктів та визначати особливості функціонування ринків.

4. Сфера реалізації набутих знань і вмінь у майбутній професії

Знання та вміння у межах тематики дисципліни необхідні майбутнім маркетологам для набуття практичних вмінь з управління якістю продукції і послуг для підвищення ефективності діяльності підприємства. Опанування змісту навчальної дисципліни повинно сприяти розумінню проблем управління якістю в контексті забезпечення конкурентоспроможності продукції і послуг.

5. Зміст дисципліни розкривається в наступних темах:

1. Загальні положення в галузі управління якістю продукції
2. Показники якості продукції
3. Основні етапи розвитку та сучасний стан теорії і практики управління якістю
4. Система управління якістю на базі концепції TQM
5. Впровадження систем управління якістю у відповідності з міжнародними стандартами
6. Система управління якістю послуг
7. Європейський підхід щодо управління якістю, сертифікації та процедур оцінки відповідності