



## СИЛАБУС НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГАЛУЗІ

**Ступінь вищої освіти:** магістр

**Спеціальність:** 075 «Маркетинг»

**Освітньо-професійна програма:** Маркетинг

**Викладач:** Мардар М.Р., д.т.н, професор кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі, С.А. Памбук, к.т.н., доцент кафедри маркетингу, підприємництва і торгівлі

**Кафедра:** Маркетингу, підприємництва і торгівлі, т. 712-41-80

**Профайл викладача**

**Контакт:e-mail:**

[marinamardar2003@gmail.com](mailto:marinamardar2003@gmail.com),

048-7124221

### 1. Загальна інформація

Тип дисципліни - вибіркова

Мова викладання - українська

Навчальна дисципліна викладається на першому курсі у другому семестрі та на другому курсі у третьому семестрі

Кількість кредитів - 4, годин - 120

Аудиторні заняття, годин:	всього	лекції	лабораторні	Практичні
денна	40	20	20	
заочна	12	4	8	
Самостійна робота, годин	Денна - 80		Заочна - 108	

#### Розклад занять

### 2. Анотація навчальної дисципліни

Проблема підвищення конкурентоспроможності підприємства починається, у першу чергу, із забезпечення якості продукції, що виробляється. Для забезпечення якості необхідна наявність не лише матеріальної бази та кваліфікованого персоналу, але й системного підходу до питань управління. Організація повинна створити дієву систему управління, яка спрямовує її зусилля на якісне виконання всіх процесів, що здійснюються, які у свою чергу, забезпечать досягнення якісного результату (створення якісного продукту або послуги). Отже, управління якістю спрямовано не лише на сферу управління в організації, воно охоплює всю систему менеджменту компанії, спираючись на комплексний підхід до управління всіма процесами. При вивченні дисципліни особливу увагу приділяються використанню принципів управління якістю у маркетинговій діяльності підприємств харчової та переробної промисловості, рекреаційного та комерційного сектору

Дисципліна передбачає вивчення проблем якості на всіх стадіях циклу створення продукції (маркетинговий аналіз ринку, проектування і розробка продукції, планування; закупівля матеріальних ресурсів, підготовка виробництва, контроль, пакування і складування, маркетингове просування товару, збут і продаж, монтаж і здача в експлуатацію). При вивченні дисципліни розглядається досвід розвитих країн (Японії, США, Великобританії й інших) в області управління якістю з пропозиціями по його використанню в управлінні якістю продукції у маркетинговій діяльності підприємств харчової та переробної промисловості, рекреаційного та комерційного сектору

### 3. Мета навчальної дисципліни

**Метою** викладання дисципліни «Управління якістю в галузі» є надання студентам системи теоретичних знань зі специфіки управління якістю на підприємствах та отримання практичних навичок щодо формування системи управління якістю з урахуванням галузевих особливостей маркетингової діяльності..

### 4. Програмні компетентності та результати навчання за дисципліною

У результаті вивчення навчальної дисципліни «Управління якістю в галузі» здобувач вищої освіти отримує наступні програмні компетентності та програмні результати навчання, які

визначені в [Стандарті вищої освіти зі спеціальності 075 Маркетинг](#) та [освітньо-професійній програмі «Маркетинг»](#) підготовки магістрів.

Загальні компетентності:

ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.

ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).

ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК8 Здатність розробляти проекти та управляти ними

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності:

СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.

СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування

СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі..

СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.

СК 8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.

СК 10 Здатність розробляти та втілювати ефективні засоби управління якістю у маркетинговій діяльності підприємств харчової та переробної промисловості, рекреаційного та комерційного сектору

Програмні результати навчання:

ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності..

ПРН 10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів..

ПРН 16. Впроваджувати у маркетингову діяльність ринкового суб'єкту сучасні методи менеджменту якості з урахуванням інноваційних технологій у галузі харчової та переробної промисловості, рекреаційних та комерційних послуг

## 5. Зміст навчальної дисципліни

### Змістовий модуль 1. Управління якістю у галузі.

Тема 1. Вступ. Термінологія у галузі управління якістю (Сутність поняття “якість”. Загальні терміни та визначення в галузі управління якістю Історія розвитку. Еволюція методів забезпечення якості. Якість як об'єкт управління. Роль маркетингу в управлінні якістю підприємств харчової та переробної промисловості, рекреаційного та комерційного сектору.).

Тема 2. Базова концепція загального управління якістю (TQM). (Поняття TQM, мета, завдання, тактика. Принципи TQM. Моделі безперервного поліпшення якості. Основні положення концепції та Основні елементи стратегії TQM. Відмінності моделі управління організацією, заснованої на використанні ідей TQM, від традиційної моделі управління. Маркетинг та система TQM на сучасних підприємствах (формування маркетингової стратегії ринкового суб'єкта, ефективність системи маркетингу).

Тема 3. Міжнародний та вітчизняний досвід управління якістю. (Основні етапи розвитку систем управління якістю. Досвід управління якістю у США, Японії, країнах Європи, історія розвитку вітчизняного руху з управління якістю. Сучасні методи та інструменти менеджменту якості (бенчмаркінг, реінжиніринг, методика ABC та ін.). Використання сучасних методів управління якістю для проведення маркетингового аналізу та прогнозування).

Тема 4. Системи управління якістю. (Системний підхід до проблем управління якістю. Моделі систем управління якістю: модель Фейгенбаума, модель Джурана та ін. Комплексні системи управління якістю. Впровадження систем управління якістю у маркетингову діяльність підприємств харчової та переробної промисловості, рекреаційного та комерційного сектору).

Тема 5. Управління якістю відповідно до вимог стандартів ISO серії 9000. (Загальна характеристика стандартів ISO серії 9000, структура базових стандартів. Роль системи маркетингу у стандартах ISO 9001. Ефективність управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта ).

Тема 6. Інструменти та методи управління якістю. (Статистичні методи управління якістю. Порядок збору інформації. Сім класичних методів контролю якості. Сім нових інструментів управління

якістю. Здатність використовувати інструменти та методи управління якістю у сфері маркетингу)..

Тема 7. Витрати на якість та їх класифікація. (Вплив якості на прибутки і збитки підприємства. Структура прибутків та витрат. Класифікація витрат. Методи вимірювання та аналізу витрат на якість.).

Тема 8. Сертифікати систем якості(Передумови та умови сертифікації систем менеджменту якості. Міжнародне визнання сертифікатів. Стандартизація і сертифікація систем якості в Україні ).

Тема 9. Аудит систем управління якістю. (Поняття та види аудиту якості. Типи аудиторських перевірок: внутрішній і зовнішній аудит. Нормативна база і принципи проведення аудиту. Вимоги до аудиторів).

## **6. Система оцінювання та інформаційні ресурси**

### **Методи навчання:**

- Лекції: проблемно-орієнтовані
- Практичні заняття: побудовані на розв'язанні комплексних завдань щодо управління якістю на підприємствах харчової та переробної галузі, сфери готельно-туристичних послуг; шляхом виконання індивідуальних та командних проєктів, підготовкою наукових статей та тезисів для участі у національних та міжнародних конференціях/конкурсах тощо.
- Самостійна робота: опрацювання матеріалу, що не виносить на лекції, підготовка до занять.

**Види контролю:** нульовий, поточний, підсумковий.

**Види контролю:** поточний, підсумковий.

[Нарахування балів](#)

[Інформаційні ресурси](#)

## **7. Політика навчальної дисципліни**

Політика всіх навчальних дисциплін в ОНТУ є уніфікованою та визначена з урахуванням законодавства України, вимог [ISO 9001:2015](#), «[Кодекс академічної доброчесності Одеського національного технологічного університету](#)» та «[Положення про організацію освітнього процесу](#)».

Викладач

*/ПІДПИСАНО/*

М.Р. Мардар

Завідувач кафедри

*/ПІДПИСАНО/*

В.В. Лагодієнко