Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Оренбургский государственный университет»

Кафедра маркетинга и торгового дела

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.8 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки
38.03.02 Менеджмент
(код и наименование направления подготовки)

Маркетинг
(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Год набора 2025

Рабочая программа дисциплины «*Б1.Д.В.8 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг*» рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра маркетинга и торгового дела
наименование кафедры

протокол № 8 от "03" 02 2025 г.

Заведующий кафедрой
Кафедра маркетинга и торгового дела _____ О.М. Калиева
наименование кафедры *подпись* *расшифровка подписи*

Исполнители:
Заведующий кафедрой _____ О.М. Калиева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

Старший преподаватель _____ И.А. Зайцева
должность *подпись* *расшифровка подписи*

СОГЛАСОВАНО:
Председатель методической комиссии по направлению подготовки
38.03.02 Менеджмент _____ О.М. Калиева
код наименование *личная подпись* *расшифровка подписи*

Заведующий отделом формирования фонда и научной обработки документов
_____ С.А. Высоцкая
личная подпись *расшифровка подписи*

Уполномоченный по качеству факультета
_____ Ю.В. Рожкова
личная подпись *расшифровка подписи*

№ регистрации _____

© Калиева О.М.,
Зайцева И.А., 2025
© ОГУ, 2025

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины: приобретение знаний, практических умений и навыков оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг для принятия управленческих решений на предприятии.

Задачи:

- усвоить основные понятия в области качества и конкурентоспособности товаров на потребительском рынке;
- уметь разрабатывать управленческие решения, направленные на повышение качества и конкурентоспособности товаров и услуг;
- владеть навыками использования методик оценки качества и конкурентоспособности товаров.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.9 Основы проектной деятельности. Общественные проекты, Б1.Д.Б.10 Тайм-менеджмент, Б1.Д.Б.13 Экономическая теория, Б1.Д.Б.17 Современная концепция маркетинга, Б1.Д.Б.18 Финансовый учет и отчетность, Б1.Д.Б.20 Разработка управленческих решений, Б1.Д.Б.22 Управление человеческими ресурсами, Б1.Д.Б.23 Коммерческая деятельность, Б1.Д.Б.25 Организация производства, Б1.Д.Б.26 Основы предпринимательской деятельности*

Постреквизиты дисциплины: *Б1.Д.В.10 Управление маркетинговыми проектами, Б1.Д.В.11 Маркетинговое обеспечение бизнес-планирования и бизнес-процессов, Б2.П.В.П.1 Технологическая (проектно-технологическая) практика, Б2.П.В.П.2 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-2 Способен оценивать экономические и социальные условия для осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности с целью повышения конкурентоспособности организации	ПК*-2-В-2 Владеет навыками оценки конкурентоспособности организации и формирования уникальных торговых предложений	**Знать:** понятия качества и конкурентоспособности товаров и услуг, методы оценки качества и конкурентоспособности товаров и услуг, факторы обеспечения качества и конкурентоспособности **Уметь:** оценивать качество и конкурентоспособности товаров и услуг **Владеть:** навыками разработки управленческих решений для повышения качества и конкурентоспособности
ПК*-7 Способен участвовать в управлении проектом или программой внедрения продуктовых, информационных и	ПК*-7-В-1 Знает особенности проектных методов управления ПК*-7-В-2 Умеет применять методы и	**Знать:** особенности проектных методов управления **Уметь:** применять методы и навыки создания

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
технологических маркетинговых инноваций	навыки создания нового продукта и продвижения его на рынок	нового продукта и продвижения его на рынок **Владеть:** навыками в управлении проектом или программой внедрения продуктовых, информационных и технологических маркетинговых инноваций

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	**144**	**144**
Контактная работа:	**72,25**	**72,25**
Лекции (Л)	36	36
Практические занятия (ПЗ)	36	36
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: *- выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ);* *- самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий;* *- подготовка к практическим занятиям;* *- подготовка к рубежному контролю и т.п.)*	**71,75**	**71,75**
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	**зачет**	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Качество и конкурентоспособность товаров и услуг как объекты управления	30	8	8		16
2	Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг	30	10	10		20
3	Функции управления качеством конкурентоспособностью товаров и услуг	30	8	8		16
4	Системы менеджмента качества	30	4	4		8
5	Экономические проблемы управления качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг	24	6	6		12
	Итого:	144	36	36		72
	Всего:	144	36	36		72

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1 Качество и конкурентоспособность товаров и услуг как объекты управления

Сущность качества, его роль на современном этапе. Эволюция понятия «качество». Пирамида качества и ее составляющие. Основные аспекты качества: философский, социальный, технический, экономический и правовой. Терминология управления качеством. Взаимосвязь понятий «качество», «потребительские свойства», «конкурентоспособность». Требования к качеству: общие, перспективные, специфические. Требования функционального назначения. Требования социального назначения. Требования к надежности в использовании. Требования эргономические. Требования стандартизации. Экологические требования. Международные требования к качеству. Эволюция требований к качеству под влиянием развития науки и техники.

Конкурентоспособность как средство достижения конкурентных преимуществ. Конкурентоспособность товаров и услуг – сущность, значение, критерии и основные факторы конкурентоспособности.

Макроэкономические факторы, влияющие на качество и конкурентоспособность товаров и услуг: экономическая политика страны, состояние нормативно-технической базы, состояние финансовой системы, внешнеэкономическая стратегия страны, научно-технический потенциал страны, уровень развития информационных технологий, стоимость ресурсов, географическое, экономическое и политическое положение страны, производительность и интенсивность труда. Факторы, формирующие качество и конкурентоспособность товара и услуги: проектирование, сырье и комплектующие изделия, технологические и отделочные операции. Факторы, сохраняющие качество и конкурентоспособность товара: маркировка, упаковка, транспортирование, хранение.

Раздел 2 Управление качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг

Сущность управления качеством. Отечественный и зарубежный опыт управления качеством. Субъекты и объекты управления качеством. Цели, задачи, принципы управления качеством. Средства управления качеством продукции. Этапы жизненного цикла продукции. Механизм управления качества продукции. Основные методы управления качеством. Характеристика экономических, организационно-распорядительных (административных), социально-психологических, технологических и статистических методов управления качеством.

Семь инструментов контроля качества. Семь инструментов управления качеством. Новейшие методы управления качеством. Управление качеством на рабочих местах.

Правовые основы нормирования качества товаров: нормативные документы, устанавливающие требования к качеству продукции. Федеральный закон «О техническом регулировании». Принципы технического регулирования. Технические регламенты. Виды технических регламентов, порядок их разработки, принятия, изменения, утверждения, отмены. Стандартизация: цели, принципы, документы в области стандартизации, органы и службы по стандартизации.

Особенности процесса управления конкурентоспособностью товаров и услуг. Подходы к управлению конкурентоспособностью товаров и услуг: маркетинговый, аспектный процессный и т.д. Принципы управления конкурентоспособностью. Инструменты управления конкурентоспособностью товаров и услуг: маркетинговые исследования, сегментация рынка и позиционирование, управление товарным ассортиментом, управление ценообразованием, управление продвижением, товара, управление распределением товара. Система управления конкурентоспособностью товаров и услуг. Место бенчмаркинга в управлении конкурентоспособностью товаров и услуг.

Раздел 3 Функции управления качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг

Политика в области качества. Планирование качества и конкурентоспособности. Организация работ по качеству. Обучение и мотивация персонала. Премии в области качества. Контроль качества товаров. Разработка мероприятий: корректирующие, предупредительные, профилактические мероприятия. Принятие решений руководством предприятия. Реализация корректирующих, предупреждающих, профилактических мероприятий.

Оценка качества и конкурентоспособности товаров и услуг. Квалиметрия как наука, ее роль, методы и области практического применения. Понятие оценки качества товаров и услуг. Уровень качества товаров: базовое значение показателя, технический, технико-экономический, нормативный уровни качества. Алгоритм оценки уровня качества. Методы оценки уровня качества. Особенности

оценки конкурентоспособности товаров и услуг. Методы оценки конкурентоспособности товаров и услуг (комплексный, ценовой, по сравнительной стоимости, по сравнительной прибыльности и др.).

Раздел 4 Системы менеджмента качества

Понятие системы менеджмента качества. Зарождение элементов системного подхода к управлению качеством. Достижения отечественной школы в области качества. Саратовская система БИП (бездефектного изготовления продукции). Львовская СБТ (система бездефектного труда). Горьковская система КАНАРСПИ (качество, надежность, ресурс с первых изделий). Ярославская система НОРМ (научная организация работ по увеличению моторесурса). КС УКП (комплексная система управления качеством продукции). ЕСГУКП (единая система государственного управления качеством продукции) и др. Особенности, задачи, достоинства и недостатки этих систем.

Опыт зарубежных стран в вопросах создания систем менеджмента качества. Системы «канбан» и ТВС (точно в срок). Эволюция международных стандартов ИСО 9000. Рекомендации международных стандартов ИСО 9000 по обеспечению качества. Совершенствование систем качества и управления производством.

Разработка систем менеджмента качества на предприятиях: организационная структура, обязанности и полномочия персонала, ресурсы, рабочие процедуры, документация. Внедрение систем менеджмента качеством. Внутренний аудит систем качества: планирование, программа проведения, корректирующие действия.

Сертификация систем качества. Экономические преимущества производства и реализации сертифицированной продукции. Нормативно-правовое обеспечение сертификации систем качества и производств. Организация деятельности по сертификации систем менеджмента качества и производств: субъекты, объекты проверки, инспекционный контроль, принципы.

Раздел 5 Экономические проблемы управления качеством и конкурентоспособностью товаров и услуг

Влияние качества и конкурентоспособности на прибыль. Классификация затрат на качество. Виды затрат изготовителя. Общие расходы поставщиков и потребителей качества. Затраты на качество поставщиков сырья, материалов и компонентов. Расходы потребителей качества. Расчет всех видов затрат на качество. Анализ затрат на качество продукции, методы анализа. Анализ брака и потерь от брака. Функционально-стоимостной анализ

Экономическая эффективность улучшения качества и повышения конкурентоспособности.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1,2	1	Сущность качества товаров и услуг	4
3,4	1	Понятие конкурентоспособности товаров и услуг	4
5,6	2	Механизм управления качеством	4
7,8	2	Инструменты управления качеством	4
9	2	Изучение инструментов управления конкурентоспособностью товаров и услуг	2
10,11	3	Разработка политики в области качества	4
12,13	3	Оценка качества и конкурентоспособности товаров и услуг	4
14,15	4	Анализ зрелости систем менеджмента качества	4
16,17	5	Анализ затрат на качество продукции, методы анализа. Анализ брака и потерь от брака.	4
18	5	Функционально-стоимостной анализ	2
		Итого:	36

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Агарков, А. П. Управление качеством : учебник / А. П. Агарков. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 204 с. : ил., табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684370 (дата обращения: 27.03.2025). – Библиогр.: с. 153-156. – ISBN 978-5-394-04549-3. – Текст : электронный.

2 Михеева, Е. Н. Управление качеством : учебник / Е. Н. Михеева, М. В. Сероштан. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2017. – 531 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454086 (дата обращения: 27.03.2025). – Библиогр.: с. 481-487. – ISBN 978-5-394-01078-1. – Текст : электронный.

5.2 Дополнительная литература

1 Кузнецова, Н. В. Управление качеством : учебное пособие : [16+] / Н. В. Кузнецова. – 3-е изд., стер. – Москва : ФЛИНТА, 2021. – 361 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=79558 (дата обращения: 27.03.2025). – ISBN 978-5-9765-0731-9. – Текст : электронный.

5.3 Периодические издания

1 Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
2 Маркетинг и маркетинговые исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"
3 Менеджмент в России и за рубежом : журнал. - М. : Агентство "Финпресс"
4 Методы менеджмента качества : журнал. - Москва : Агентство "Роспечать"
5 Российское предпринимательство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать"

5.4 Интернет-ресурсы

– http://www.aup.ru Административно-управленческий портал-публикации по экономике, финансам, менеджменту и маркетингу. Административно-Управленческий Портал представляет собой информационно-методический интернет-ресурс по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии. AUP.Ru создан в 1999 году как частный авторский интернет-проект Алексея Катаева, посвященный вопросам менеджмента и маркетинга и направленный на поддержание и качественное повышение профессионального уровня сотрудников Российских коммерческих предприятий. Поводом для создания стала очевидная нехватка в России практической информации по новым для Российской экономики дисциплинам, необходимой для качественного проведения работ и как следствие - крайне ограниченное количество действительно профессиональных топ-менеджеров и маркетологов. В настоящее время поддержкой и развитием портала занимается компания АУП-Консалтинг, основным направлением деятельности которой является оказание консалтинговых услуг в сфере интернет-маркетинга, электронной коммерции и маркетинговых исследований. Основу портала составляют несколько сотен электронных специализированных книг и десятки тысяч страниц необходимой для ежедневного ведения бизнеса деловой информации. Кроме того, междисциплинарный форум помогает посетителям обмениваться мнениями в прикладных вопросах для решения сложных бизнес-ситуаций.

– http://www.cfin.ru - «Корпоративный менеджмент» — это интернет-проект для всех, кто развивается самостоятельно и развивает бизнес. Материалы портала читают специалисты в области реальных инвестиций, представители консалтинговых фирм, экономических и плановых отделов, менеджеры и руководители, преподаватели высших учебных заведений и др. С 1998 года на портале собрана справочная и методическая информация, аналитика и практические примеры по управлению компаниями, инвестициям, оценке, финансам. Библиотека проекта - крупнейшее и старейшее собрание подобных публикаций в свободном доступе, тщательно отсортированных по тематическим рубрикам. Структура сайта подразумевает активное использование и недавно опубликованных статей, и материалов, хранящихся в архиве. Среди них - аналитические статьи ведущих консалтинговых компаний и корпораций, фрагменты и полные тексты книг, избранные публикации журналов, курсы лекций, бизнес-планы реальных предприятий, руководства, ссылки на другие источники информации. Это и обзоры существующих методик, практик применения тех или иных

подходов, и комментарии и дополнения к общеизвестным бизнес-технологиям. Совместный Форум сайтов «Корпоративный менеджмент» и «Энциклопедия маркетинга» предназначен для профессиональных дискуссий по вопросам менеджмента, маркетинга, стратегий и др.;

– http://www.triz-ri.ru/ - открытые бизнес-методики и технологии. "Рекламное Измерение". Сайт посвящен методикам и технологиям бизнеса, менеджмента, маркетинга, рекламы и Public Relations.

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1 Операционная система РЕД ОС

2 Пакет офисных приложений LibreOffice

3 Веб-браузер Яндекс https://yandex.ru/

4 Антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition

5 Система автоматизированной проверки текстов на наличие заимствований «Антиплагиат. Структура 4.0». - Режим доступа: https://osu.antiplagiat.ru/

6 Автоматизированная интерактивная система сетевого тестирования (АИССТ) (регистрационный номер в РОСПАТЕНТ №2011610456). - Режим доступа: https://osu.aistt.ru/

7 Университетская платформа электронного обучения «Электронные курсы ОГУ в системе обучения Moodle» (http://moodle.osu.ru)

8 Платформа для проведения онлайн мероприятий и видеоконференций «DION» (Конфигурация «DION EDU»)

9 ГАРАНТ Платформа F1 [Электронный ресурс]: справочно-правовая система. / Разработчик ООО НПП «ГАРАНТ-Сервис», 119992, Москва, Воробьевы горы, МГУ, [1990–2025]. – Режим доступа в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\GarantClient\garant.exe

10 КонсультантПлюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2025]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe

11 http://edu.garant.ru/garant/study/ - Интернет-версия ГАРАНТ-Образование, Система ГАРАНТ для студентов, аспирантов и преподавателей

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети "Интернет", и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.