

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kurosovaya-rabota/368788>

Тип работы: Курсовая работа

Предмет: Экономика предприятия

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ 3

1. Теоретические основы системы менеджмента качества 5

1.1. Системы менеджмента качества и ее сущность 5

1.2. Применение системы менеджмента качества на предприятии 8

1.3. Влияние системы менеджмента качества на эффективность и результативность 13

2. Анализ системы менеджмента качества в организации (на примере ПАО «МТС») 16

2.1. Краткая характеристика компании 16

2.2. Анализ СМК организации 19

2.3. Оценка эффективности СМК компании 21

3. Рекомендации по улучшению системы менеджмента качества 27

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 32

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ 35

Система менеджмента качества (СМК) – это система, разработанная в компании для постоянного формирования политики и целей в области качества и достижения этих целей для постоянного улучшения качества производимой продукции или предоставляемых услуг. Она разработана для обеспечения качества продукции или услуг компании и приведения этого качества в соответствие с ожиданиями потребителей (клиентов). Однако основная задача заключается не в контроле за каждой единицей продукции, а в обеспечении отсутствия ошибок в работе, которые могли бы привести к поставке (низкое качество продукта или услуги) [13, с. 53].

Причиной брака всегда являются неправильные поступки. И чтобы избежать их, вам необходимо формализовать (описать) правильные действия для создания высококачественных продуктов или услуг, разработать инструкции о том, как выполнять правильные действия, и контролировать эти действия. Система менеджмента качества - это система менеджмента, используемая для руководства и управления организацией с точки зрения качества. Это часть системы управления организации, которая направлена на удовлетворение потребностей, ожиданий и требований заинтересованных сторон для достижения результатов в соответствии с целями в области качества. Цели в области качества дополняют другие цели организации, связанные с развитием, финансированием, экономикой, окружающей средой, охраной труда и безопасностью. Различные части системы управления организации могут быть объединены в единую систему управления вместе с системой менеджмента качества, в которой используются общие элементы. Это может облегчить планирование, распределение ресурсов, постановку дополнительных целей и оценку общей эффективности организации. Система управления организации может быть оценена на предмет соответствия собственным требованиям организации. Он также может быть проверен на соответствие международным стандартам, таким как ISO 9001, ISO 14001. эти аудиты (проверки) могут проводиться отдельно или совместно [9, с. 59].

Системы менеджмента качества помогают организациям повышать удовлетворенность клиентов и становятся социальной необходимостью. Потребителям нужны продукты, характеристики которых соответствуют их потребностям и ожиданиям. Эти потребности и ожидания отражены в технических условиях продукции и рассматриваются как требования потребителей. Требования устанавливаются потребителем в договоре или устанавливаются самой организацией. В любом случае приемлемая стоимость продукции в конечном итоге определяется потребителем. Поскольку потребности и ожидания потребителей меняются, компании также испытывают давление со стороны конкуренции и технического прогресса, поэтому им необходимо постоянно совершенствовать свои продукты и процессы. Системный подход к управлению качеством побуждает организации анализировать требования потребителей и определять процессы, которые способствуют производству продуктов, приемлемых для потребителей. SMI может стать основой для постоянного повышения вероятности повышения

удовлетворенности как потребителей, так и других заинтересованных сторон. Это вселяет в потребителей уверенность в самой организации в ее способности поставлять продукцию, которая полностью соответствует потребностям потребителей [11, с. 77].

Для решения нетипичных задач требуется особый подход-разработка решений, и, наконец, решение некоторых задач может превысить полномочия менеджеров и экспертов. Совокупность этих вопросов сделала организацию одной из самых сложных научно-исследовательских и учебных дисциплин: особый интерес представляет система управления организацией. Его исследование и совершенствование - постоянная задача руководителя.

Система управления - это совокупность всех элементов, подсистем и связей между ними, а также процесс обеспечения конкретной (целевой) деятельности организации:

Для эффективного управления организацией необходимы:

- Миссия Организации развития;
- Распределение производственных и административных функций;
- Распределение проблем между сотрудниками;
- Определить порядок и функциональный порядок взаимодействия между работниками;
- Приобретение или модернизация технологии производства;
- Создание систем стимулирования, снабжения и реализации;
- Организация производства.

Реализация этих мер требует создания системы управления, которая должна быть согласована с производственной системой организации:

Процесс управления является частью управленческой деятельности, которая включает в себя создание систем связи, разработку и исполнение управленческих решений, а также создание

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абрютин, Н.С. Экономический анализ торговой деятельности./Н.С.Абрютин. - М.: Дело и Сервис. - 2020. - 512с.
2. Бондарук, А.М. Автоматизированные системы управления качеством в технологических процессах / А.М. Бондарук, С.С. Гоц. - М.: Уфа: Монография, 2022. - 144 с.
3. Брижашева, О.В. Маркетинг торговли: учебное пособие./ О.В. Брижашева. -М.: Ульяновск: УлГТУ, 2019. - 170 с.
4. Виноградов, Л. В. Средства и методы управления качеством / Л.В. Виноградов, В.П. Семенов, В.С. Бурылов. - М.: Дрофа, 2017. - 224 с.
5. Всяких Е.И. Практика и проблематика моделирования бизнес-процессов; Книга по Требованию - М., 2016. - 246 с.
6. Гавриленко, Н.И. Роль стратегического маркетинга в управлении предприятием в условиях рыночных отношений./ Н.И. Гавриленко. - М.: Финансы и кредит. - 2017. - № 22. - 270 с.
7. Гамов, В. К. Менеджмент качества и оценка соответствия в туризме / В.К. Гамов, Н.В. Старичкова. - М.: Феникс, 2020. - 288 с.
8. Гехман, Чак Рабочий поток (workflow) в полиграфии. Сквозное управление производственным процессом на основе цифровых технологий; МГУП - М., 2016. - 252 с.
9. Гольдгамер, Г.И. Информационное обеспечение исследований и разработок / Г.И. Гольдгамер. - М.: Советское радио. - 2018. -352 с.
10. Диянова, С. Н. Концепция маркетинга современных форматов розничной торговли./ С.Н. Диянова. - М.: Молодой ученый. - 2019. - №7 - 86с.
11. Дубровин И.А. Поведение потребителей. Учебное пособие, 4-е изд. - М.: Дашков и К.- 2018-310 с.
12. Елиферов, В. Г. Бизнес-процессы. Регламентация и управление [Электронный ресурс]: учебник для слушателей образовательных учреждений, обучающихся по программе МВА и другим программам подготовки управленческих кадров / В. Г. Елиферов, В. В. Репин ; Ин-т экономики и финансов "Синергия". - Москва : ИНФРА-М, 2018. - 319 с. <http://znanium.com/go.php?id=942762>
13. Еремеева, Н. В. Конкурентоспособность товаров и услуг : учебник и практикум для вузов / Н. В. Еремеева. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт, 2020. — 242 с.
14. Есютин, А.А. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: Учебное пособие./ А.А. Есютин, - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2015. - 424с.
15. Залтман Дж. Как мыслят потребители. То, о чем не скажет потребитель, то, чего не знает ваш

конкурент. / Пер. с англ. – М. : Прайм-Еврознак. - 2017. – 384 с.

16.Захарова, Ю.А. Стратегии продвижения товаров./ А.Ю. Захарова. – М.: Изд-во: Дашков и Ко. - 2016. – 160с.

17.Ильин, В. И. Социология потребления : учебник для вузов / В. И. Ильин. — 2-е изд., испр. и доп. — М. : Юрайт – 2019-433с.

18.Каменева, Н. Г. Маркетинговые исследования / Н.Г. Каменева, В.А. Поляков. - М.: Вузовский учебник. - 2020. - 448с.

19.Кокарева, Д.В. Внешняя среда и конкурентоспособность предприятия./Д.В.Кокарева. -М.: Журнал ОГУ «Вестник». - 2017. – №2. –23с.

20.Официальный сайт ПАО «МТС» [Электронный ресурс]. – URL: <https://mts.ru/3> (дата обращения: 07.06.2023).

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/kursovaya-rabota/368788>