

ВОПРОСЫ К ДИФФЕРЕНЦИРОВАННОМУ ЗАЧЁТУ

1. «Всеобщее управление качеством» (TQM). Сущность.
2. Основные функции службы менеджмента качества.
3. Характеристика качеств современного руководителя.
4. Цикл Деминга. Цикл обеспечения и улучшения качества.
5. Объекты качества. Характеристика.
6. Общие принципы TQM.
7. Система углубленных знаний для понимания и применения TQM.
8. Акцент на потребителя – важнейший элемент TQM, обеспечивающий успех стратегии качества.
9. Процессный подход как элемент TQM, обеспечивающий успех стратегии качества. Сущность.
10. Наставничество, как область управления человеческими ресурсами.
11. «Внешний» и «внутренний» потребители. Характеристика.
12. Стандарты ИСО Серии 9001 и связь с TQM.
13. Обучение как область организации деятельности управления человеческими ресурсами.
14. Традиционный взгляд на стоимость качества.
15. Теория постановки целей. Схема рассредоточения при разработке политики компании.
16. Способы выяснения мнений потребителей. Характеристика. Достоинства. Недостатки.
17. Затраты на качество и их классификация
18. Распределение полномочий в условиях TQM.
19. Характеристика стилей обучения. Применение для разных категорий персонала.
20. Учет затрат на качество в организациях, работающих в условиях TQM.
21. Организация обучения на предприятиях, работающих в условиях TQM. Выбор стиля обучения.
22. Система контроля качества.
23. Сбор данных о затратах на качество.
24. Внутренний маркетинг – сущность, знание, цели.
25. Показатели качества товаров. Классификация.
26. Анализ максимизации ценности и минимизации затрат.
27. Новая концепция управления человеческими ресурсами в условиях TQM.
28. Характеристика качеств и обеспечение психологической совместимости в группе.
29. Премия Деминга по качеству – критерии, практика применения.
30. Японская система планирования требуемых материалов.
31. Способы вовлечения всех сотрудников в процессы улучшения качества. Характеристика.
32. Премия качества Малкольма Болдриджа – критерии, практика применения.
33. Японская система производства. «Пять нулей» в производственном процессе.
34. Правило 10-кратных затрат.
35. Европейская премия качества – критерии, практика применения.
36. Три фазы управления качеством: планирование, контроль, улучшение качества.
37. Контроль качества. Сущность. Применение.
38. Премия Правительства Российской Федерации в области качества – критерии, практика присуждения.
39. Базирование решений, основанных на фактах – элемент стратегии TQM.
40. Методика расчета индекса потребительской удовлетворенности.
41. Проблемы внедрения TQM на российских предприятиях.
42. Внутренние потребители. Их взаимосвязь с внешними потребителями.

43. Взаимовыгодные отношения с поставщиком – элемент стратегии TQM.
44. Лидерство руководителя. Требования долговременной стратегии в области качества.
45. Имидж компании. Сущность. Основные аспекты.
46. Сущность процесса. Характеристика качества.
47. Философия и концепции Деминга, Джурана, Кросби и других «патриархов» качества в модели TQM.
48. Сравнение традиционной и новой модели менеджмента.
49. Методика расчета дохода компании и точки безубыточности.
50. Модель Business Excellence для организации (предприятия); ее использование в деятельности организации.
51. Методы поиска и сбора данных о нуждах потребителей. Сущность, достоинства, недостатки, применение.
52. Сущность айсберговой информации о качестве продукта.
53. Использование самооценки для установления качества деятельности, измерения и определения тенденций улучшения.
54. Элементы стратегии TQM. Характеристика.
55. Понятие «качество цели» и «качество исполнения».
56. Четыре стадии в развитии управления качеством в послевоенные годы – сущность, периоды, значение для повышения результативности и эффективности.
57. Параметры качества руководителя, владеющего системой углубленных знаний.
58. Основные аспекты качества.
59. Качество и удовлетворенность потребителя. Параметры качества. Ценность продукта для потребителя.
60. Цепочка процессов внутри компании. Результативность процесса. Эффективность процесса.
61. Системный подход – элемент стратегии TQM.
62. Три способа конкурентной борьбы.
63. Понятие продукта и формирование его качества на этапах жизненного цикла.
64. Цикл обеспечения качества (Деминга).
65. Постоянное улучшение-элемент стратегии TQM.
66. Специфика управления процессом в условиях TQM.
67. Качество. Сущность. Применение.