

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

Директор/Декан  
института экономики, финансов и  
управления в АПК  
Гунько Юлия Александровна

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
«\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ (ОЦЕНОЧНЫХ МАТЕРИАЛОВ)**

**Б1.О.27 Качество туристских услуг**

43.03.02 Туризм

Организация и управление туристкой деятельностью

бакалавр

очная

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.1 Оценивает качество оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон	<b>знает</b> сущность и модели качества, методологические основы оценки качества оказания услуг в сфере туризма
		<b>умеет</b> проводить оценку качества оказания туристских услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон
		<b>владеет навыками</b> навыками реализация методов оценки качества оказания услуг с учетом мнения потребителей и заинтересованных сторон
ОПК-3 Способен обеспечивать требуемое качество процессов оказания услуг в избранной сфере профессиональной деятельности	ОПК-3.2 Обеспечивает оказание туристских услуг в соответствии с заявленным качеством	<b>знает</b> теоретические и методологические основы оказания туристских услуг в соответствии с заявленным качеством
		<b>умеет</b> оказывать туристские услуги в соответствии с заявленным качеством с соблюдением нормативной документаций в области стандартизации и сертификации
		<b>владеет навыками</b> навыками оказания туристских услуг в соответствии с заявленным качеством с соблюдением нормативной документаций в области стандартизации и сертификации

## 2. Перечень оценочных средств по дисциплине

№	Наименование раздела/темы	Семестр	Код индикаторов достижения компетенций	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций
1.	1 раздел. Понятие и сущность качества. Качество услуги как объект управления.			
1.1.	Понятие и сущность качества.	7	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Тест
1.2.	Качество услуги как объект управления.	7	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Тест
1.3.	Концепция управления качеством	7	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Тест

1.4.	Всеобщее управление качеством услуг	7	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Тест
1.5.	Стандартизация и сертификация в управлении качеством	7	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Тест
1.6.	Восприятие потребителем качества обслуживания	7	ОПК-3.1, ОПК-3.2	Тест
Промежуточная аттестация				За

### 3. Оценочные средства (оценочные материалы)

Примерный перечень оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде (Оценочные материалы)
<b>Текущий контроль</b>			
<b>Для оценки знаний</b>			
1	Тест	Система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.	Фонд тестовых заданий
<b>Для оценки умений</b>			
<b>Для оценки навыков</b>			
<b>Промежуточная аттестация</b>			
2	Зачет	Средство контроля усвоения учебного материала практических и семинарских занятий, успешного прохождения практик и выполнения в процессе этих практик всех учебных поручений в соответствии с утвержденной программой с выставлением оценки в виде «зачтено», «незачтено».	Перечень вопросов к зачету

### 4. Примерный фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) "Качество туристских услуг"

*Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости*

Вопросы для собеседования

Тема: Понятие и сущность качества. Качество услуги как объект управления.

1. Анализ определений понятие «качество».
2. Эволюция понятия качества. Общая схема эволюции качества.
3. Сущность качества. Петля качества.
4. Модель «Цепная реакция» Деминга. Модель «Три угла качества» Э. Деминга.
5. Характеристика услуги. Качество услуги с точки зрения потребителя.
6. Модель восприятия потребителем качества услуги.
7. Относительное качество. Профиль относительного. Качества гостиничных услуг.

Тема: Стандартизация и сертификация в управлении качеством услуг. Всеобщее управление качеством гостиничных услуг.

1. Объект стандартизации. Область стандартизации. Уровни стандартизации.
2. Международная и региональная стандартизация.
3. Понятие сертификации. Возможные схемы сертификации услуг. Порядок проведения сертификации услуг.
4. Постулаты Деминга. Ключевые элементы всеобщего управления качеством.
5. Акцент на потребителя. Акцент на процесс.
6. Схема делового (горизонтального) прохождения процесса в организации.
7. Система улучшения КАЙ-РИО. Система улучшения КАЙЗЕН.

Тема: Развитие системного подхода к управлению качеством. Концепция управления качеством.

1. Концепция системного подхода на основе кадрового менеджмента Тейлора.
2. Модель Фейгенбаума. Модель Эттингера-Ситтига. Модель Джурана.
3. Общесистемные принципы управления качеством.
4. Планирование качества. Комплексный подход к управлению качеством.
5. Система факторов, влияющих на качество. Элементы TQM.

Тема: Анализ методов оценки качества услуг. Метод критических случаев. Анализ методов оценки качества услуг. Метод SERQUAL и метод SERVPERF.

1. Критерии отнесения сервисного взаимодействия к критическим случаям.
2. Критические случаи, связанные с системными сбоями в процессе оказания сервиса.
3. Критические случаи, связанные с реализацией ожиданий и запросов потребителей по адаптации сервиса под их специфические нужды.
4. Критические случаи, связанные с проявлением инициативы или неожиданными действиями персонала сервисного провайдера.
5. Пять измерений сервиса: уверенность, эмпатия, надёжность, отзывчивость, осязаемость.
6. Индекса качества MSS. Индекса качества MSA.

Тема: Анализ методов оценки качества услуг. Метод INDSERV. Анализ методов оценки качества услуг. Метод Кано.

1. Характеристики качества сервиса: потенциальное качество, жёсткое качество процесса, мягкое качество процесса, финальное качество.
2. Показатели качества сервиса метода INDSERV.
3. Характеристики сервиса. Оценочная таблица Кано.

Типовая деловая игра

«Организация и функционирование совместного российско-иностранного гостиничного предприятия (СП)»

Цель деловой игры: на основе условно-функционирующего совместного гостиничного предприятия предложить проекты преобразований по менеджменту, организационной структуре и марке-тинговой деятельности в соответствии с мировыми стандартами и обеспечения эффективности гостиничного бизнеса.

Задачи игры:

1. Разработка методов принятия решений в области менеджмента, маркетинга, финансово-сбытовой деятельности, ведения рекламной и инновационной деятельности в гостиничном бизнесе;
2. Овладение методами анализа проблемных ситуаций и формирования системы целей по перспективам СП;
3. Приобретение навыков организации менеджмента и маркетинга;
4. Изучение методов расчета прогнозирования необходимых ресурсов для организации произ

-водства и сбыта продукции на рынке;

5. Разработка и выбор альтернативных вариантов решения конкретных ситуаций;
6. Оценка социально-экономической эффективности предлагаемых в ходе деловой игры альтернативных вариантов;
7. Проведение целевой экспертизы каждого из предлагаемых вариантов;
8. Приобретение навыков разработки целевых комплексных программ по отдельным функциям менеджмента и маркетинга.

Участники деловой игры: три команды игроков, которые используют мировой и российский опыт гостиничного бизнеса. Команда участников предполагает наличие гостиничных менеджеров высшего звена (как с российской, так и с зарубежной стороны), работников финансовой службы и менеджеров, ответственных за предоставление дополнительных услуг в отеле. Работу команды курирует игротехник (преподаватель кафедры, обеспеченный пакетом информационных материалов, необходимых для принятия решений по ситуационным задачам).

Сценарий игры: на первом этапе выдвигаются идеи каждой команды и практические предложения по их применению. Работа игровых команд подразумевает обмен предложениями и разработку решения предложенных задач совместно с консультациями и помощью игротехников. На втором этапе эксперты (экспертная группа) наблюдают за работой участников команд и оценивают ее. В команду экспертов приглашаются менеджеры категорийных гостиниц и ведущие преподаватели в области туризма и гостеприимства вузов города.

Заключительный этап деловой игры проводится в форме пленарного заседания, на которое могут быть приглашены посторонние слушатели. Завершение деловой игры относится к функциям ведущего и экспертов. После рассмотрения решений команд по ситуационным задачам последнего блока (блок 7), эксперты удаляются на совещание, где подводят итоги, опираясь на заполняемые в течение игры бланки оценок эксперта. Предполагается выступление каждого их экспертов перед объявлением ведущим окончательных итогов. Пленарное заседание завершается объявлением победителя и его награждением.

В качестве игрока каждая из команд может привлекать специалистов-менеджеров гостиничного бизнеса. Для профессиональной направленности студентам (игрокам) необходимо ознакомиться с ГОСТом РФ «Туристско-экскурсионное обслуживание. Классификация гостиниц».

На каждый из блоков предложенных ситуационных задач отводится 45 мин. (один академический час), 15 мин – на обсуждение вариантов решений команд; в течение игры предусматривается 2 перерыва по 10 мин.; общая длительность игры по сценарию – 8 часов.

Задания участникам деловой игры

Деловая игра предусматривает решение 7 блоков ситуационных задач, в которых отражены проблемы деятельности совместного российско-иностранного гостиничного предприятия.

Блок 1. Организация деятельности совместного российско-иностранного предприятия.

Блок 2. Организация системы контроля управления качеством гостиничного продукта.

Блок 3. Обеспечение совместного предприятия квалифицированными кадрами.

Блок 4. Организация продвижения услуг совместного гостиничного предприятия на рынок, в том числе международный.

Блок 5. Организация работы служб совместного гостиничного предприятия (служба номерного фонда, служба питания и напитков, служба, предоставляющая дополнительные услуги в отеле).

Блок 6. Организация работы финансовой службы совместного гостиничного предприятия.

Блок 7. Организация службы маркетинга совместного гостиничного предприятия.

Блок 1

На одной из деловых встреч представителей зарубежной компании в Российской Федерации был подписан договор о строительстве совместного гостиничного предприятия на территории. По замыслу представителей совместного предприятия, это повысит конкуренцию на рынке гостиничных услуг города и позволит получить прибыль.

Для дальнейших практических действий на предприятии был создан оргкомитет и установлены следующие контрольные показатели: проектная численность работающих – 170 чел.-век; номерной фонд – 150 номеров; объем валовой выручки – \$ 4,5 млн в год.

Задачи оргкомитета:

1. Назначить или избрать президента совместного предприятия;
2. Разработать организационную структуру совместного предприятия и модель управления;

3. Разработать модель пирамиды подчиненности;  
4. Определить перечень услуг гостиничного предприятия, разработать варианты пакетов услуг, системы оплаты, скидок;

5. Определить систему поставщиков предприятия.

Данный блок ситуационных задач прорабатывает и решает каждая команда студентов. Принятые решения представляет «менеджер высшего звена» команды. Результаты обсуждения представляются группам экспертов.

#### Блок 2

Каждый менеджер совместного гостиничного предприятия должен разбираться в вопросах контроля качества, знать стратегические цели и практику осуществления контроля качества. Исходя из этого, перед менеджерами совместного предприятия ставятся следующие задачи:

1. Выделить в организационной структуре предприятия должности, несущие функцию контроля качества;

2. Определить функции контроля качества и его задачи на ближайшую перспективу в области снижения издержек производства и совершенствования процесса предоставления услуг;

3. Разработать модель контроля качества гостиничного продукта, обосновать необходимость и целесообразность контроля качества, определить статьи затрат на обеспечение качества гостиничных услуг;

4. Определить методы статистического отчета контроля качества (контрольные карты, таблицы выборочного контроля качества, экспертная и гостевая анкета).

Разбор вышеперечисленных задач проводится на совещании всех групп менеджеров совместного гостиничного предприятия. Варианты решений предлагаются экспертам.

#### Блок 3

Обеспечение предприятия квалифицированными кадрами – одна из основных функций менеджмента в гостиничном бизнесе. Задачи в этом разделе конкретизированы следующим образом:

1. Разработать функции отдела кадров предприятия;

2. Предложить и обосновать принципы подбора и расстановки кадров, систему повышения квалификации, систему обеспечения предприятия необходимыми кадрами;

3. Определить требования к кадрам, уровень их профессиональной подготовки, уровень оплаты труда;

4. Разработать систему формирования корпоративной культуры предприятия;

5. Определить внутренние и внешние источники обеспечения предприятия сотрудниками;

6. Создать систему оплаты труда и социального обеспечения работников предприятия.

Группа менеджеров высшего звена делегирует решение поставленных задач представителям подразделений предприятия, затем все предложения менеджеров выносятся на обсуждение. Окончательные решения представляются группам экспертов.

#### Блок 4

Любое предприятие нуждается в сильной системе продвижения своих товаров и услуг на рынок. Соответственно, служба маркетинга получает задание проанализировать ситуацию на рынке и принять соответствующие меры по ускорению продвижения товара на рынок. Задания сформулированы следующим образом:

1. Оценить рекламную деятельность конкурирующих гостиничных предприятий и эффективность различных носителей рекламы в условиях г. Владивостока;

2. Определить круг посредников, реализующих услуги гостиничного предприятия;

3. Выбрать наиболее эффективные методы продвижения продукции предприятия;

По итогам проведенного анализа сделать доклад группам экспертов, дать рекомендации по продвижению услуг гостиничного предприятия.

#### Блок 5

Основной доход гостиничному предприятию приносят номерной фонд и служба питания и напитков. При этом производственный процесс в гостинице назван «цикл обслуживания гостя». Предлагаются следующие ситуационные задачи, возникающие в процессе «производства»:

1. Разработать структуру управления службой номерного фонда и службой питания и напитков, определить их взаимосвязи с другими службами гостиничного предприятия;

2. Определить миссию, стратегию и тактику данных служб;

3. Составить схему использования оборудования в службе номерного фонда, разработать бюджет этого гостиничного подразделения;

4. Определить способы минимизации затрат в процессе производства гостиничных услуг, в том числе через управление фондом оплаты труда;

5. Разработать основные положения ценовой политики гостиничного предприятия.

Все предложения студенческих групп анализируются в ходе обсуждения, готовится доклад для групп экспертов.

Блок 6

Функционирование совместного гостиничного предприятия требует решения ряда финансовых вопросов. В данном случае поставлены следующие ситуационные задачи:

1. Определите статьи издержек производства в гостиничном предприятии, порядок учета затрат;

2. Рассмотрите методы анализа материальных запасов, скорости оборота материальных запасов, способы контроля над материальными запасами;

3. Разработка бюджетов в целях планирования и контроля: цели разработки бюджетов, организация работы по составлению бюджетов;

4. Определить схемы расчета потребителей гостиничных услуг;

5. Разработать процедуру составления отчетов о финансовой деятельности гостиницы за сутки, месяц, год работы предприятия.

Ситуационные задачи рассматриваются совместно на совещании всех групп студентов. Разработанные рекомендации представляются группам экспертов.

Блок 7

В процессе строительства совместного гостиничного предприятия были намечены главные ориентиры по объему реализации гостиничных услуг. Одно из важнейших направлений в реализации услуг предприятия – его маркетингоориентированная деятельность. Поэтому перед менеджерами предприятия ставятся следующие задачи из области маркетинга:

1. Разработать ассортимент предлагаемых совместным гостиничным предприятием услуг в зависимости от их качества;

2. Определить потенциальную емкость рынка гостиничных услуг и способы их активно-го сбыта;

3. При организации сбыта гостиничного продукта: определить функциональные обязанности каждого из работников службы маркетинга, рассмотреть сильные и слабые стороны организации системы сбыта;

4. Разработать систему обучения работников в области маркетинга и продаж;

5. Охарактеризовать работника службы маркетинга (личные качества, способности, опыт и др.);

6. Разработать принципы заключения торговых сделок и поиска клиентов (используя методы поиска потенциальных потребителей);

7. Дать кратко-, средне- и долгосрочные прогнозы сбыта гостиничного продукта, обосновать методы прогноза;

8. Определить рекламный бюджет, способы изучения эффективности рекламной деятельности предприятия;

9. Охарактеризовать специфику рекламы гостиничных услуг в г. Владивостоке;

10. Определить способы стимулирования работников службы маркетинга.

Все решения обсуждаются между группами студентов, затем представляются экспертам.

Типовое тестовое задание

1. Тест по дисциплине

1. Какое определение качества соответствует определению качества по ГОСТ Р ИСО 9000-2001

А) степень соответствия присущих характеристик требованиям,

Б) параметры оцениваемого объекта,

В) совокупность характеристик объекта

2. Какая из перечисленных ниже целей является одной из целей стандартизации в системе технического регулирования в РФ

А) установление обязательных требований к продукции и услугам,

- Б) повышение уровня безопасности жизни или здоровья граждан,
- В) проверка качества услуг

3. Каким образом стандартизация способствует повышению качества услуг?

- А) применение прогрессивных стандартов позволяет предприятию создать систему непрерывного совершенствования деятельности и всех процессов,
- Б) стандартизация не связана с повышением качества услуг,
- В) стандарты содержат обязательные требования к качеству услуг

4. В чем отличие нового подхода российского законодательства к стандартизации по сравнению с нормами, действовавшими до 01. 07. 2005 г.

- А) новый закон усиливает обязательность применения стандартов во всех сферах экономической деятельности,
- Б) новый закон определяет добровольный характер применения стандартов в деятельности предприятия,
- В) новый закон определяет обязательность применения требования стандартов только для продукции

5. Какие правовые акты регулируют вопросы стандартизации и сертификации в РФ в настоящее время

- А) Закон «О стандартизации и сертификации»,
- Б) Закон «О стандартизации», Закон «О сертификации», Закон «О техническом регулировании»,
- В) Закон о техническом регулировании

6. Каково соотношение понятий «техническое регулирование», «стандартизация», «сертификация»

- А) данные понятия регулируют отдельные сферы деятельности и не связаны друг с другом,<sup>4</sup>
- Б) техническое регулирование - это одна из форм стандартизации,
- В) понятие «техническое регулирование» включает деятельность и правоотношения в области стандартизации и сертификации

7. Применение на практике какого документа содействует соблюдению требований технических регламентов

- А) сертификат соответствия,
- Б) лицензия,
- В) национальный стандарт

8. Как регламентирует новая система технического регулирования в РФ деятельность предприятий сферы услуг

- А) имеется перечень услуг, к которым определены обязательные требования,
- Б) в сфере услуг требования стандартов установлены для применения на добровольной основе,
- В) только к услугам средств размещения установлены обязательные требования

9. Как называется документ, устанавливающий обязательные требования к продукции и процессам ее производства

- А) технический регламент,
- Б) технические условия,
- В) государственный стандарт

10. Какой документ удостоверяет соответствие туристских услуг положениям стандартов

- А) декларация о соответствии,
- Б) положение о стандартизации,

В) сертификат соответствия

11. Какой орган является национальным органом РФ по стандартизации

- А) Министерство стандартизации и сертификации,
- Б) Государственный комитет РФ по стандартизации и метрологии,
- В) Федеральная служба по техническому регулированию и метрологии

12. Что из перечисленного ниже является основной целью гармонизации отечественных правил стандартизации с международными

- А) повышение конкурентоспособности отечественных товаров и услуг в международной торговле,
- Б) рост престижа отечественных органов стандартизации,
- В) внесение изменений в текст отечественных стандартов

13. На базе какого органа создан технический комитет по разработке государственных стандартов в сфере туризма

- А) Министерство туризма РФ,
- Б) Департамент туризма при Минэкономразвития РФ,
- В) Государственный комитет по физической культуре, спорту и туризму

14. Какой набор стандартов определяет требования к туристским услугам

- А) ГОСТ Р 50646-94,1 ОС Г Р 50691-94, ГОСТ Р 51133-98,
- Б) ГОСТ Р 50762-95, ГОСТ Р 50763-95, ГОСТ Р 50764-95, ГОСТ Р 50935-96, ГОСТ Р 50647-94
- В) ГОСТ Р 50681-94, ГОСТ Р 50644-94, ГОСТ Р 50690-2000

15. Какой набор стандартов определяет требования к услугам общественного питания?

- А) ГОСТ Р 50646-94, ГОСТ Р 50691-94, ГОСТ Р 51133-98,5
- Б) ГОСТ Р 50762-95, ГОСТ Р 50763-95, ГОС1 Р 50764-95, Г ОС I Р 50935-96, ГОСТ Р 50647-94,
- В) ГОСТ Р 50681-94, ГОСТ Р 50644-94, ГОСТ Р 50690-2000

16. Какой набор стандартов определяет требования к услугам средств размещения

- А)ГОСТ Р 50646-94, ГОСТ Р 50691-94, ГОСТ Р 51133-98,
- Б) ГОСТ 28681 4, ГОС1 Р 51185-98,
- В)ГОС Г Р 50681-94, ГОСТ Р 50644-94, ГОСТ Р 50690-2000

17. В каком стандарте дана классификация средств размещения

- А) ГОСТ Р 51185-98, Б) ГОСТ 28681 4, В) ГОСТ Р 50690-2000

18. В каком стандарте определены требования к информации, предоставляемой туристу о туристском путешествии

- А) ГОСТ Р 51185-98, Б) ГОСТ Р 50644-94, В) ГОС Г Р 50690-2000

19. От чего зависит выбор стандарта, по которому проходит сертификация услуг гостиницы

- А)от желания заявителя пройти подтверждение соответствия в данной системе сертификации,
- Б) от решения органа по сертификации,
- В)от численности персонала гостиничного предприятия

20. В каком стандарте определены требования по обеспечению безопасности туристов и экскурсантов

- А) ГОСТ Р 50681-94, Б) ГОСТ Р 50644-94, В) ГОСТ Р 50690-2000

**Примерные оценочные материалы  
для проведения промежуточной аттестации (зачет, экзамен)  
по итогам освоения дисциплины (модуля)**

Контрольная работа №1 (по темам 1-3).

6 баллов (1 балл – 1 вопрос)

Вариант 1.

1. Основные положения по стандартизации.
2. Исторический обзор развития стандартизации, эволюция целей и задач стандартизации
3. Принципы и объекты стандартизации
4. Направления развития национальной системы стандартизации
5. Международное сотрудничество в области стандартизации.
6. Документы по стандартизации, их применение

Вариант 2.

1. Документы по стандартизации, их применение.
2. Функции и методы стандартизации.
3. Законодательная и нормативная база национальной системы стандартизации.
4. Системы стандартов национальной системы стандартизации.
5. Исторический обзор развития стандартизации в России
6. Международные организации по стандартизации

Вариант 3.

1. Эволюция целей и задач стандартизации
2. Организация работ по стандартизации.
3. Стандартизация в системе технического регулирования
4. Правила разработки и утверждения национальных стандартов и предварительных национальных стандартов.
5. Направления развития международной стандартизации в сфере услуг
6. Стандартизация в области информационной безопасности

4 балла

Вариант 1. Проанализируйте различные действующие нормативные документы, определите их вид, выделите в них объекты стандартизации.

Алгоритм: ГОСТ 30335 – 95/ГОСТ Р 50646 – 94. Услуги населению. Термины и определения.

Вид документа – терминологический стандарт. Объект стандартизации – услуги.

ГОСТ Р 1.0-2012 Стандартизация в Российской Федерации. Основные положения.

Вариант 2. Проанализируйте информацию и опишите:

- Главной палате мер и весов;
- Международной системе единиц (СИ);
- Международной организации по стандартизации (ИСО)

Вариант 3. Проанализируйте вид стандарта, выделите объекты стандартизации.

Алгоритм: Название стандарта . Вид документа – терминологический стандарт. Объект стандартизации.

ГОСТ ISO 9001-2011 Системы менеджмента качества. Требования

5 баллов

Вариант 1. Выберите объект оценки качества услуг, попробуйте оценить соответствие данного объекта требованиям стандарта.

Алгоритм: объект — кафе в учебном корпусе.

Нормативный документ — ГОСТ Р. Общественное питание. Классификация предприятий.

Задача — оценить соответствие или несоответствие требованиям стандарта данной точки общественного питания.

Вариант 2. Выберите себе объект стандартизации, самостоятельно не опираясь на нормативные документы (если они имеются для этого объекта), работайте показатели качества, по которым можно оценить данный объект.

Алгоритм: объект стандартизации — учебная аудитория.

Показатели качества — надежности 1.....,2.....,

функциональности 1.....,2.....,

Вариант 3.К методам кодирования относятся также штриховые коды, наносимые на продукцию. Какую информацию можно узнать по данному коду? Возьмите три любых товара и расшифруйте штриховой код.

Примерные тестовые задания

Тема: Один или несколько ответов (Знания)

#### ВОПРОС 1

Под \_\_\_\_\_ в теории управления качеством понимаются различные составляющие туристского предприятия.

1. стандартизацией
2. объектами
3. качеством
4. процессом
5. организацией

#### ВОПРОС 2

Объектами качества могут быть ..... Выберите несколько вариантов ответа:

1. деятельность или процесс
2. организация
3. продукция
4. технические средства
5. все варианты ответов

#### ВОПРОС 3

Выберите правильный ответ понятию «услуга»:

1.это совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих видов деятельности, которая преобразует входы в выходы.

2.это постоянная деятельность, направленная на повышение уровня качества туристского продукта, качества его изготовления, совершенствование элементов производства и системы качества.

3.это результат по крайней мере одного вида деятельности, обязательно осуществленного во взаимодействии между поставщиком и заказчиком.

#### ВОПРОС 4

\_\_\_\_\_ - содержит информацию, которая нематериальна и может принимать форму различных подходов к решению производственных и организационных проблем, методик, деловых соглашений.

1. технические средства
2. интеллектуальная продукция
3. процесс
4. услуга
5. продукция

#### ВОПРОС 5

«Петля качества» представляет собой концептуальную модель взаимосвязанных видов деятельности, оказывающих влияние на \_\_\_\_\_ на различных этапах его жизненного цикла, начиная от определения потребностей и заканчивая оценкой степени их удовлетворения.

1. изображение процесса
2. непрерывный процесс
3. качество продукта (услуги)
4. показатель качества
5. стандартизацию

## ВОПРОС 6

Какие типы качества бывают?

1. социальное
2. вызывающие чувство удовлетворения
3. конкурентное
4. техническое и функциональное
5. общественное

## ВОПРОС 7

Важное значение при обеспечении надежности имеют:

1. внедрение стандартов качества
2. комплементарность
3. субституция
4. проверка

Тема: Последовательность (Умения) и Соответствие

## ВОПРОС 8

Соотнесите термины и им соответствующие определения

1. улучшение качества
2. процесс
3. показатели качества

А. это установленные конкретные качественные или количественные требования к характеристикам (свойствам) продукции.

Б. деятельность, направленная на повышение уровня качества туристского продукта, качества его изготовления, совершенствование элементов производства и системы качества.

В. это совокупность взаимосвязанных или взаимодействующих видов деятельности, которая преобразует входы в выходы.

Соответствие: 1- Б , 2- В , 3- А .

## ВОПРОС 9

«Петля качества» – это замкнутая последовательность следующих мер (указать порядок следования мер):

1. планирование
2. производство
3. проектирование
4. закупки
5. маркетинг
6. хранение
7. продажа и распределение
8. эксплуатация
9. обслуживание и техническая поддержка
10. утилизация

Порядок: 5, 1,3,4,2,6,7,8,9,10

## ВОПРОС 10

Соотнесите стадии определения и методы определения с показателями качества продукции

1. Стадии определения продукции
2. Методы определения продукции

- А. проектные
- Б. расчетные
- В. эксплуатационные
- Г. статистические

- Д. прогнозируемые
- Е. инструментальные
- И. экспертные
- К. социологические
- Л. производственные

Соответствие: 1- А, Л, В, Д 2- Б, Г, Е, И, К .

#### ВОПРОС 11

Соотнесите показатели и их характеристику

1. Показатели назначения
2. Показатели назначения
3. Показатели комфортности
4. Показатели технологичности
5. Показатели надежности

А. характеризуют различные эстетические свойства туристской услуги: гармоничность, выразительность, целостность, соответствие социодемографическим ожиданиям, уровень технологического мастерства и др.

Б. характеризуют надежность работы туристского предприятия; реализации туристских услуг в том объеме, на том уровне и в те сроки, которые были запланированы при заключении сделки; технических и прочих средств, используемых при реализации туристских услуг.

В. определяют соответствие туристской услуги, технологии ее реализации психофизиологическим и антропометрическим характеристикам человека и имеют огромное значение для потребителя

Г. характеризующие область применения (функциональные свойства) услуги и обуславливающие полезный эффект от ее употребления.

Д. практически не интересуют потребителей, но важны для туристского предприятия, поскольку именно они определяют величину затрат на туристский продукт, а следовательно, размер прибыли от его реализации.

Соответствие: 1- Г , 2- А , 3- В, 4- Д, 5- Б.

#### ВОПРОС 12

Прочитайте задание и введите недостающий термин или понятие.

\_\_\_\_\_ - представляет собой его свойство (способность) удовлетворить потребности и ожидания потребителя.

Ответ: качество продукта

(Умения)

#### ВОПРОС 8

Соотнесите подходы и показатели качества работы

1. Агентский подход
  2. Потребительский подход
- А. функциональное соответствие услуг требованиям определенного сегмента потребителей  
Б. четкость и оперативность в работе предприятиями  
В. оптимальное соотношение цены и качества  
Г. анимация обслуживания  
Д. потребительское качество каждой отдельной услуги  
Е. выгодная ценовая политика

Ответ: 1-Б,В,Е ;2-А,Г,Д

#### ВОПРОС 13

Соотнесите методы и им соответствующие определения

1. органолептический

- 2.инструментальный
- 3.расчетный
- 4.экспертный
- 5.статистический
- 6.социологический
- 7.комбинированный

А.основан на использовании средств измерительной техники

Б.основан на восприятии продукции органами чувств без применения технических измерений

В. вычисления показателей по значениям параметров продукции, которые определены другими методами

Г.основан на использовании нескольких методов определения показателей

Д.подсчитывается число событий или объектов с использованием правил прикладной математической статистики

Е. определяется мнение группы специалистов экспертов, полученные экспертные оценки проверяются с помощью методов математической статистики на надежность и непротиворечивость

Ж. изучается и анализируется мнение потребителей продукта (услуги) (с использованием математико-статистических методов при определении изучаемой выборки, обработке и анализе результатов опроса потребителей)

Ответ: 1-Б; 2-А; 3-В; 4-Е; 5-Д; 6-Ж; 7-Г.

#### ВОПРОС 114

Соотнесите виды оценки качества и им соответствующие определения

1. дифференцированные

2. комплексные А.предполагают анализ одного или нескольких свойств и параметров продукта, по которым часто судят о качестве продукта в целом

Б.подразумевают объектом оценки качество продукта в целом; этот метод в настоящее время широко применяется в гостиничных предприятиях, т. к. позволяет получить обобщенную оценку продукта (услуги)

Ответ: 1-А; 2-Б.

#### ВОПРОС 15

Поставьте в правильном порядке этапы оценки экспертами

1.Члены экспертной группы выносят свои суждения относительно показателей качества конкретных продуктов (услуг);

2. Характеризуется выбором методов, способов и процедур оценки. Суждения экспертов получают с использованием методов опроса: а) анкетирования, представляющего собой заочный способ индивидуального опроса с применением анкеты; б) интервьюирования, при котором порядок вопросов и их содержание зависят от характера ответов на предыдущие вопросы;

3.Осуществляется формулировка целей оценивания и создание экспертной и рабочей групп;

4.обработка мнений экспертов и оформление экспертного заключения.

Ответ: 3,2,1,4

Контрольная работа №2 (по темам 4-6).

6 баллов (2 балла – 1 вопрос)

Вариант 1.

1. Органы и службы по стандартизации. Специфика порядка разработки, изменения и обновления стандартов

2. Государственный контроль и надзор за соблюдением стандартов. Информационное обеспечение стандартизации

3. Структуру действующего законодательства в отношении качества услуг.

Вариант 2.

1. Сформулируйте особенности Федерального закона РФ «О защите прав потребителей» в

части предоставления услуг.

2. Сформулируйте особенности Федерального закона РФ «О техническом регулировании» в части предоставления услуг.

3. Охарактеризуйте основные принципы Государственной системы классификации гостиниц и других средств размещения.

Вариант 3.

1. Охарактеризуйте этапы оценки соответствия средства размещения одной из категорий, установленные в Государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения.

2. Объясните принцип бальной оценки средств размещения, установленный в Государственной системе классификации гостиниц и других средств размещения.

3. Объясните структуру Государственной системы классификации гостиниц и других средств размещения.

9 баллов

Вариант 1. Провести оценку уровня сервиса и выявить лидера по качеству услуг среди трех гостиниц (А, Б, В) по трем показателям (П1, П2, П3).

Вариант 2. Проанализируйте системы управления качеством соответствующие ГОСТ Р ИСО 9000 и TQM. Для анализа двух систем управления качеством, следует провести сравнение по следующим характеристикам: объект управления, цель управления качеством, документальная база, субъект, на которого возложена ответственность, основной показатель оценки. Сведения о характеристиках по системам представлены в Приложении 1. Ответ оформите в таблице 1.

Характеристика	Система технической разработки	Система продукции
«Непрерывное совершенствование процессов (СРІ)»	Вывод	
Объект управления		
Цель управления качеством		
Документальная база		
На кого возложена ответственность		
Основной показатель оценки		

Вариант 3. Разработайте политику в области стандартизации и качества для туристической организации.

Алгоритм выполнения

1. Определить организацию, относящуюся к сфере туризма (туристическая организация: туроператор или турагент).

2. Разработать политику данной организации в области стандартизации и качества с учетом направлений ее деятельности.

Примерные тестовые задания

Тема: «Один или несколько ответов (Знания)»

ВОПРОС 1

В каком году была издана книга Э.Деминга «Качество, продуктивность, конкурентоспособность»?

1. 1969г.

2. 1975г.

3. 1982г.

4. 1981г.

5. 1978г.

ВОПРОС 2

Что входит в ключевые элементы всеобщего управления качеством(ВУК)? Выберите несколько вариантов ответа.

1. Базирование решений на фактах

2. Развитие человеческих ресурсов

3. Постоянное улучшение качества

4. Вовлеченность в работу всех

5. Обучать на рабочем месте

### ВОПРОС 3

Особенности системы улучшения КАЙРИО (KAIRYO)?

1. не требуется больших усилий людей, а требуются большие инвестиции;
2. необходимо большое число мелких шагов;
3. системе присущ философский подход, соответствующий философии ВУК;
4. подход используется для решения только поставленных целей.

### ВОПРОС 4

Особенности системы улучшения КАЙЗЕН?

1. только несколько специалистов вовлечены в систему улучшения;
2. требуются большие усилия людей и незначительные инвестиции;
3. все вовлечены в систему улучшения;
4. необходимо использовать лишь ограниченное количество технологий.

### ВОПРОС 5

Сколько знаменитых постулатов менеджмента содержит книга Э.Деминга «Качество, продуктивность, конкурентоспособность»?

1. 14
2. 11
3. 7
4. 15
5. 17

### ВОПРОС 6

По своей сущности процессы могут быть:

1. функциональными, или вертикальными, отражающими деятельность предприятия по вертикали;
2. организованные;
3. групповые;
4. индивидуальными, выполняемыми отдельными индивидуумами;
5. деловыми, или горизонтальными, которые пересекают по горизонтали деятельность предприятий.

### ВОПРОС 7

Существует много различных методов поиска и сбора данных об ожиданиях потребителя. Наиболее популярными являются следующие методы:

1. опрос;
2. анкетирование потребителя;
3. групповое обсуждение;
4. наблюдения за потребителем;
5. обследование.

Тема: Последовательность (Умения) и Соответствие

### ВОПРОС 8

Укажите соответствие термина и его определения

1. КАЙЗЕН
2. КАЙРИО
3. Цикл Деминга

А. постоянный круг регулирования усовершенствования продукта и производственных процессов, оптимизации.

Б. концепция, относящаяся к деловой деятельности, которая постоянно совершенствует все функции и вовлекает всех сотрудников, от генерального директора до рабочих сборочного конвейера.

В. концепция крупных улучшений, предполагающая кардинальную реорганизацию процесса с

использованием значительных инвестиций.

Соответствие: 1- А ,2- В , 3- А .

#### ВОПРОС 9

Соотнесите акцент концепции ВУК и их особенности.

1. Акцент на потребителя
2. Акцент на процесс

А. выполняет свою деятельность, используя ресурсы (людей, оборудование и т.д ), которые должны быть распределены в нем;

Б. главным фактором является профилактика, а не исправление ошибок;

В. процессы существуют, чтобы удовлетворять нужды людей и потребности общества;

Г.лучшая модель процесса удовлетворения потребностей общества должна быть принята руководством при непосредственном участии каждого члена общества.

Соответствие: 1-В,Г ,2- А,Б .

#### ВОПРОС 10

Соотнесите схемы политики рассредоточения и их характеристику

1. вертикальная
2. горизонтальна

А. характерна для предприятий с авторитарным стилем управления, когда руководство «спускает» приказы отделам и подразделениям, работающим на потребителей.

Б. имеет очень тесную связь с потребителями на определенном \_\_\_\_\_ уровне, хотя учет их требований производится лишь на этом уровне и не вызывает изменений в целях остальных уровней.

Соответствие: 1- А ,2- В.

Тема: «ВЕРНО/ НЕВЕРНО»

#### ВОПРОС 11

Верно ли следующее выражение: «качество процесса равно качеству результата этого процесса»?

1. неверно
2. верно

#### ВОПРОС 12

Верно ли данное определение: « Процесс в системе менеджмента качества – это совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих видов деятельности по управлению качеством продукции»?

1. верно
2. неверно

#### ВОПРОС 13

В соответствии с новой парадигмой любой процесс для удовлетворения нужд должен гармонично учитывать как интересы общества, так и интересы каждого конкретного человека. Верно или нет данное высказывание?

1. верно
2. неверно

#### ВОПРОС 14

Стандартизация - это ...

1.Процедура подтверждения соответствия, посредством которой независимая от изготовителя (продавца, исполнителя) и потребителя (покупателя) организация удостоверяет в письменной форме, что продукция соответствует установленным требованиям.

2. Деятельность, направленная на разработку и установление требований, норм, правил, характеристик как обязательных для выполнения, так и рекомендуемых, обеспечивающая право потребителя на приобретение услуг надлежащего качества за приемлемую цену, а также право на безопасность и комфортность труда.

3. Наука об оптимальном управлении дискретными и непрерывными потоками в производстве товаров и услуг.

#### ВОПРОС 15

Какова цель стандартизации?

1. Достижение оптимальной степени упорядочения в той или иной области посредством широкого и многократного использования установленных положений, требований, норм для решения реально существующих, планируемых или потенциальных задач.

2. Те исследовательские действия, которые необходимо выполнить для достижения поставленной в работе цели, решения проблемы или для проверки сформулированной гипотезы исследования

3. Оптимизация издержек в процессе хранения, транспортировки и сбыта.

4. Достичь максимального возможного уровня потребления и своевременно удовлетворять спрос.

Типовая контрольная работа для студентов заочной формы обучения

1. Какой документ является обязательным технологическим документом, оформляемым при проектировании услуги «туристское

путешествие» согласно требованиям стандарта

А) паспорт трассы похода,

Б) график загрузки туристского предприятия группами туристов,

В) программа обслуживания туристов

2. Какую из перечисленного ниже можно считать целью проведения добровольной сертификации услуг

А) повышение конкурентоспособности услуг,

Б) контроль за деятельностью предприятий,

В) снижение стоимости услуг

3. Какие услуги подлежат обязательной сертификации в РФ в настоящее время

А) только экскурсионные услуги,

Б) услуги общественного питания, туристские и экскурсионные услуги,

В) услуги средств размещения и услуги общественного питания,

Г) услуги находятся в сфере добровольного подтверждения соответствия

4. Может ли наличие сертификата соответствия являться обязательным условием работы предприятия сферы услуг

А) нет, не может, так как это противоречит законодательству РФ,

Б) может, если это определено в других нормативных актах РФ, регулирующих данный вид деятельности

В) это зависит от решения органа по сертификации

5. В чем заключается принцип третьей стороны при проведении сертификации

А) результаты сертификации должны быть заверены и подтверждены в трех различных органах по сертификации

Б) подтверждение соответствия осуществляется независимой третьей стороной,

В) в заключении трехстороннего договора на проведение работ по сертификации

6. Какие формы обязательного подтверждения соответствия предусмотрены законодательством РФ

А) только обязательная сертификация,

- Б) декларирование соответствия и обязательная сертификация,
- В) лицензирование и обязательная сертификация

7 В каких формах осуществляется подтверждение соответствия услуг предприятий сферы туризма и гостеприимства

- А) только в форме добровольной сертификации,
- Б) в форме обязательной или добровольной сертификации в зависимости от вида услуг,
- В) в форме добровольной сертификации или декларирования соответствия

8. Какое определение соответствует понятию «аккредитация» согласно Закону «О техническом регулировании»

- А) форма подтверждения соответствия требованиям технических регламентов,
- Б) официальное признание компетентности физического или юридического лица выполнять работы в области оценки соответствия,
- В) установление тождественности характеристик продукции ее существенным Признакам

9. Что регламентируют стандарты ИСО серии 9000

- А) процессы производства продукции,
- Б) требования к системе управления качеством для предприятий всех сфер деятельности,
- В) требования к оказанию услуг и выполнению работ

10. Каким образом применение стандартов ИСО серии 9000 в деятельности предприятий сферы услуг влияет на качество обслуживания?

- А) применение этих стандартов не связано с качеством обслуживания,
- Б) применение этих стандартов задает количественные характеристики процесса обслуживания,
- В) применение этих стандартов позволяет оказывать услуги с показателями качества, соответствующими ожиданиям потребителей

11. Как называется самая известная международная организация по стандартизации?

- А) ИСО
- Б) ВТО
- В) ЮНЕСКО

12. Какой из перечисленных ниже документов является классификатором видов экономической деятельности применяемым в настоящее время в РФ?

- А) ОКОНХ
- Б) ОКВЭД,
- В) ОКПО

13. Какое из определений соответствует понятию «сертификация» согласно Закону РФ «О техническом регулировании»?

- А) процедура постановки на учет,
- Б) выдача документов на услуги,
- В) форма осуществляемого органом по сертификации подтверждения соответствия объектов требованиям технических регламентов положениям стандартов или условиям договоров

14. Какое из определений соответствует понятию «знак соответствия» согласно Закону РФ «О техническом регулировании»?

- А) знак, подтверждающий качество услуг
- Б) знак, служащий для определения принадлежности услуг
- В) обозначение служащее для информирования приобретателей о соответствии объекта

15. В чем заключается принцип третьей стороны при проведении сертификации

- А) результаты сертификации должны быть заверены и подтверждены в трех различных

органах по сертификации

- Б) подтверждение соответствия осуществляется независимой третьей стороной,
- В) в заключении трехстороннего договора на проведение работ по сертификации

Вопросы к зачету

1. Анализ определений понятие «качество».
2. Эволюция понятия качества.
3. Общая схема эволюции качества.
4. Сущность качества. Петля качества.
5. Модель «Цепная реакция» Деминга.
6. Модель «Три угла качества» Э. Деминга.
7. Характеристика услуги.
8. Качество услуги с точки зрения потребителя.
9. Модель восприятия потребителем качества услуги.
10. Относительное качество.
11. Профиль относительного качества гостиничных услуг
12. Объект стандартизации.
13. Область стандартизации.
14. Уровни стандартизации.
15. Международная и региональная стандартизация.
16. Понятие сертификации.
17. Возможные схемы сертификации услуг.
18. Порядок проведения сертификации услуг.
19. Постулаты Деминга.
20. Ключевые элементы всеобщего управления качеством.
21. Акцент на потребителя. Акцент на процесс.
22. Схема делового (горизонтального) прохождения процесса в организации.
23. Система улучшения КАЙРИО. Система улучшения КАЙ-ЗЕН.
24. Схема влияния ожиданий заинтересованных сторон на качество услуги.
25. Типология элементов обслуживания Кедотта–Терджена.
26. Алгебраическое восприятие потребителем качества гостиничного обслуживания.
27. Управление качеством как процессом в индустрии гостеприимства.
28. Обобщение и использование международного опыта обеспечения качества услуг.
29. Комплексная система «общего управления качеством» – TQM.
30. Программа «Six Sigma».
31. Параметры качественного обслуживания потребителей туристских и гостиничных услуг.
32. Концепция системного подхода на основе кадрового менеджмента Тейлора.
33. Модель Фейгенбаума.
34. Модель Эттингера-Ситтига. Модель Джурана
35. Общесистемные принципы управления качеством.
36. Планирование качества. Комплексный подход к управлению качеством.
37. Система факторов, влияющих на качество. Элементы TQM.
38. Задачи TQM. Планирование процесса производства.
39. Проверка качества продукции.
40. Специальная функция системы управления качеством.
41. Эффективное управление предприятием на основе маркетинга.
42. Создание корпоративной культуры.
43. Внедрение стандартов технического качества обслуживания.
44. Внедрение стандартов функционального качества обслуживания.
45. Входной контроль качества на продукцию и услуги поставщиков.
46. Система управления сбытом гостиничных услуг.
47. Схема процесса модификации каналов распределения и сбыта.
48. Документация гостиничного предприятия при внедрении менеджмента качества.
49. Критерии отнесения сервисного взаимодействия к критическим случаям.
50. Критические случаи, связанные с системными сбоями в процессе оказания сервиса.

51. Критические случаи, связанные с реализацией ожиданий и запросов потребителей по адаптации сервиса под их специфические нужды.
52. Критические случаи, связанные с проявлением инициативы или неожиданными действиями персонала сервисного провайдера.
53. Пять измерений сервиса: уверенность, эмпатия, надёжность, отзывчивость, осязаемость.
54. Индекса качества MSS. Индекса качества MSA.
55. Характеристики качества сервиса: потенциальное качество, жёсткое качество процесса, мягкое качество процесса, финальное качество.
56. Показатели качества сервиса метода INDSERV.
57. Характеристики сервиса.
58. Оценочная таблица Кано.
59. Пространственные показатели.
60. Информационные показатели.
61. Профессиональные показатели.
62. Претензионные показатели.
63. Комплексный анализ качества обслуживания клиентов.

***Темы письменных работ (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)***

## Примерные темы рефератов

1. Анализ определений понятие «качество».
2. Эволюция понятия качества.
3. Общая схема эволюции качества.
4. Сущность качества. Петля качества.
5. Модель «Цепная реакция» Деминга.
6. Модель «Три угла качества» Э. Деминга.
7. Характеристика услуги.
8. Качество услуги с точки зрения потребителя.
9. Модель восприятия потребителем качества услуги.
10. Относительное качество.
11. Профиль относительного качества гостиничных услуг
12. Объект стандартизации.
13. Область стандартизации.
14. Уровни стандартизации.
15. Международная и региональная стандартизация.
16. Понятие сертификации.
17. Возможные схемы сертификации услуг.
18. Порядок проведения сертификации услуг.
19. Постулаты Деминга.
20. Ключевые элементы всеобщего управления качеством.
21. Акцент на потребителя. Акцент на процесс.
22. Схема делового (горизонтального) прохождения процесса в организации.
23. Система улучшения КАЙРИО. Система улучшения КАЙ-ЗЕН.
24. Схема влияния ожиданий заинтересованных сторон на качество услуги.
25. Типология элементов обслуживания Кедотта–Терджена.
26. Алгебраическое восприятие потребителем качества гостиничного обслуживания.
27. Управление качеством как процессом в индустрии гостеприимства.
28. Обобщение и использование международного опыта обеспечения качества услуг.
29. Комплексная система «общего управления качеством» – TQM.
30. Программа «Six Sigma».
31. Параметры качественного обслуживания потребителей туристских и гостиничных услуг.
32. Концепция системного подхода на основе кадрового менеджмента Тейлора.
33. Модель Фейгенбаума.
34. Модель Эттингера-Ситтига. Модель Джурана
35. Общесистемные принципы управления качеством.
36. Планирование качества. Комплексный подход к управлению качеством.
37. Система факторов, влияющих на качество. Элементы TQM.
38. Задачи TQM. Планирование процесса производства.
39. Проверка качества продукции.
40. Специальная функция системы управления качеством.
41. Эффективное управление предприятием на основе маркетинга.
42. Создание корпоративной культуры.
43. Внедрение стандартов технического качества обслуживания.
44. Внедрение стандартов функционального качества обслуживания.
45. Входной контроль качества на продукцию и услуги поставщиков.