Приложение 6

к рабочей программе

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

**УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УТВЕРЖДЕНЫ

на заседании кафедры

управления качеством

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ**

**КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**для студентов заочной формы обучения**

**по дисциплине**

**Консалтинг в управлении качеством**

В соответствии с учебным планом студенты Направления подготовки *27.03.02* «***Управление качеством***» профиля подготовки «***Управление качеством в производственно-технологических системах и сфере услуг»*** должны самостоятельно выполнить контрольную работу. Основная цель работы – освоение дисциплины «Консалтинг в управлении качеством». При этом студенты должны получить навыки изучения специальной литературы.

**Задание**

1. Прочитать и проанализировать ситуацию (кейс). 1 вариант – нечетные по списку, 2 вариант – четные по списку.
2. Провести экспресс-диагностику и определить 2-3 основные проблемы организации.
3. Предложить решение проблемных ситуаций.
4. Разработать план работ на выполнение консалтинговых услуг по реализации этих решений.
5. Составить календарный план выполнения работ.

**Состав материалов**

1. Кейсы предназначены для более наглядного преставления учебной ситуации студентам.
2. Формы планов предоставляются студентам как вспомогательные материалы для выполнения контрольной работы.

**Цели**

1. Показать типичные проблемы и ошибки, возникающие в процессе деятельности предприятий.
2. Показать возможности выхода из проблемной ситуации с помощью методов консалтинга.

**Задачи**

В результате выполнения контрольной работы студенты должны знать:

1. Основные методы проведения экспресс-диагностики деятельности предприятия.
2. Комплекс работ в составе плана на выполнение процесса консультирования.
3. График календарного планирования (диаграмма Гантта).

**Умения**

В результате выполнения контрольной работы студенты должны уметь:

1. Определять и анализировать проблемные зоны в деятельности предприятия.
2. Определять комплекс возможных решений по улучшению деятельности предприятия, которые составят этапы плана консультационных работ.
3. Составлять планы работ, в соответствии с предложенными решениями.
4. Составлять графики реализации плана, в соответствии с предложенной диаграммой Гантта.

**Приложение 1**

Вариант 2.

**Кейс № 2. «Продвижение новой услуги в автосервисе»**

Компания существует на рынке больше семи лет. Основной вид деятельности - автосервис. Имеет, наверное, лучшую в регионе станцию технического обслуживания, работает качественно, нареканий клиентов практически нет. Основные виды специализации: ремонт ходовой части; ремонт двигателей; установка автомузыки; тонирование стекол; доставка и установка запчастей; установка центральных замков; установка сигнализации; стеклосервис (склад стекол – самый большой в регионе, ремонт трещин на уникальном оборудовании). Автоцентр хорошо известен в регионе, имеет большое количество постоянных клиентов. Есть финансовый ресурс.

Недавно в автоцентре начали выводить на рынок новую услугу: установка на автомобили иммобилайзеров – это устройство для бесконтактного разрыва электросети. В автомобиле выполняет защитную функцию: в ключ зажигания вставляется чип с цифровым кодом, в машине - небольшой компьютер (условно); когда ключ вставлен в зажигание, компьютер считывает код и разрешает или запрещает запуск двигателя. Во многих случаях это лучше обычной сигнализации и дорогих замков. Код сканировать или подобрать практически невозможно. Теоретически это устройство можно поставить даже в «Запорожец». При этом, на Западе устройство используется довольно давно и успешно, но, как правило, идет как дополнительная опция, поэтому в тех же иномарках его очень мало.

Кроме этого автоцентра, серьезно установкой иммобилайзеров никто не занимается. Возможно, надо формировать этот рынок с нуля или на выбор: вдавливать товар на рынок (агрессивное продвижение) или создать эффект втягивания товара (сформировать потребность).

Несмотря на то, что начали давать рекламу, объясняя все преимущества устройства (цена, защита от угона и т.д.), потребители никак не реагирует на рекламу. Поэтому продажи данного устройства в автоцентре разовые. Объяснения клиентам в самом автосервисе тоже не очень эффективны.

**Приложение 2**

**Форма плана работ**. (Стоимость 1 нормо/дня – 10 тыс. руб.)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № п/п | Мероприятие,  наименование работ | Сроки выполнения, нормо/дни | Стоимость, руб. |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

**Форма календарного плана**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Мероприятие, наименование работ** | **Период (месяцы, дни)** | | | | | | | | | | | |
| **1** | **2** | **3** | **4** | **5** | **6** | **7** | **8** | **9** | **10** | **11** | **12** |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

Примечание. Цветом выделяется срок выполнения работ в конкретном периоде.