

Государственный Университет – Высшая Школа Экономики

Нижегородский филиал

Факультет менеджмента

Программа дисциплины

«Учётная политика и контроль качества продаж»

для специальности 080111.65 «Маркетинг»,

специализации «Управление продажами»

(подготовка специалиста)

Автор: Назаров Михаил Геннадьевич, преподаватель

Рекомендовано секцией УМС
«Менеджмент»

Председатель

_____ В.В. Романов

«__» _____ 2009г.

Одобрено на заседании кафедры
Венчурного менеджмента

Зав. кафедрой

_____ Э.А.Фияксель

«__» _____ 2009г.

Утверждено УМС филиала

Председатель

_____ Л.Г. Макарова

«__» _____ 2009г.

Нижний Новгород, 2009 г.

I. Пояснительная записка

Адресность. Учебная программа рассчитана на подготовку специалиста (специальность 080111.65 «Маркетинг», специализация «Управление продажами»).

Аннотация. Управление продажами требует высоких знаний не только в области маркетинга, но и в области менеджмента, логистики. Необходимо понимание взаимосвязей системы управления продажами с другими системами управления в компании: финансами, производства, проектирования и разработки продукции. Также необходимы знания в области управления качеством, позволяющие вывести уровень продаж на высокий уровень, поскольку продажа продукции организации является основой дохода предприятия. Таким образом, задачей настоящего курса является четкое разъяснение следующих вопросов:

- ✓ Что собой представляет учётная политика коммерческого предприятия, каковы её цели и задачи?
- ✓ Какова взаимосвязь между системами управления продажами и финансами организации?
- ✓ Что такое качество? Каковы его характеристики и показатели?
- ✓ Какие современные системы менеджмента могут повысить качество продаж?

В последние годы роль отдела маркетинга в организации является лидирующей. Однако его действия должны быть согласованы с действиями других отделов: производства, снабжения, дистрибуции, финансовой службы. Только согласованность действий может привести компанию к успеху.

Цель курса – подготовить специалиста в области управления продажами, владеющего знаниями современных методов управления качеством в области продаж.

В результате изучения дисциплины «Учётная политика и контроль качества продаж» студенты должны:

- ознакомиться с целями и задачами учётной политики предприятия, изучить принципы её формирования;
- изучить понятие качества;
- ознакомиться с современными системами менеджмента, позволяющими повысить качество продаж;
- освоить алгоритмы формирования показателей качества и их измерения;
- освоить инструменты управления качеством.

II. Тематический план учебной дисциплины

№	Название разделов и тем	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские и практические занятия	
1.	Учетная политика: цели и задачи.	8	2	1	5
2.	Понятия качества. Качество продаж. Показатели качества.	32	4	2	26
3.	Основы системы TQM.	13	2	1	10

4.	Системы «Бережливого потребления» и «Бережливого производства».	37	4	2	31
5.	Система «Бережливого потребления» в российских компаниях.	18	2	1	15
	Всего:	108	14	7	87

III. Формы рубежного контроля

Контроль знаний студентов включает формы текущего и итогового контроля. По курсу предусмотрены текущий контроль знаний и работы студентов на практических занятиях, написание контрольной работы. Каждая форма текущего контроля оценивается по 10-балльной шкале, которая выставляется в рабочую ведомость преподавателя. Форма итогового контроля – зачет, который оценивается по 10-балльной шкале.

Для получения результирующей оценки (О) итогового контроля используются следующие весовые множители:

0,1 – для оценки $O_{\text{работ}}$, за работу студентов на семинарских и практических занятиях,

0,3 – для оценки $O_{\text{контр.раб.}}$, за контрольную работу,

0,6 – для оценки $O_{\text{зач.}}$, за зачет,

Для получения результирующей оценки (О) по 10-балльной шкале вычисляется величина

$$O = 0,1 \times O_{\text{работ}} + 0,3 \times O_{\text{контр.раб.}} + 0,6 \times O_{\text{зач.}}$$

Полученный после округления этой величины до целого значения результат и выставляется как результирующая оценка по 10-балльной шкале по учебной дисциплине «Учётная политика и контроль качества продаж» в зачетную ведомость и зачетную книжку студента. В зачетную ведомость и зачетную книжку студента выставляется также и оценка по данной дисциплине по 5-и балльной системе, получаемая из оценки по десятибалльной шкале в соответствии со следующей таблицей соответствия (см. Приложение № 2 к приказу Ректора ГУ-ВШЭ № 1002 от 17.06.2002).

Таблица соответствия оценок по десятибалльной и пятибалльной системам.

По десятибалльной шкале	По пятибалльной шкале
1 – неудовлетворительно 2 – очень плохо 3 – плохо	неудовлетворительно - 2
4 – удовлетворительно 5 – весьма удовлетворительно	удовлетворительно - 3
6 – хорошо 7 – очень хорошо	хорошо - 4
8 – почти отлично 9 – отлично 10 – блестяще	отлично - 5

IV. Содержание программы

Тема 1. Учётная политика: цели и задачи.

Цели учётной политики. Принципы формирования учётной политики. Взаимосвязь системы управления продажами и системы управления финансами.

Основная литература:

1. Бухгалтерский учет и налогообложение в организации. Учетная политика./Под ред. С. А. Рассказовой-Николаевой. – М.: Экономика и

жизнь, 2008.

2. Пятов М.Л. Учетная политика организации. М.: Проспект, 2008.

3. Бакаев А.С., Шнейдман Л.З. Учетная политика предприятия. / М.: «Бухгалтерский учет», 2000.

Дополнительная литература:

4. Кондраков Н. П. Учетная политика организаций на 2009 год в целях бухгалтерского финансового, управленческого и налогового учета. – М.: Эксмо, 2009. – 224 стр.

Тема 2. Понятия качества. Качество продаж. Показатели качества.

Основные понятия качества: Big Quality и small quality. Качество услуг. Показатели качества. Показатели качества продаж. Статистические методы управления качеством.

Основная литература:

1. Эванс Дж. Управление качеством. – М.: Юнити-Дана, 2007.

2. Окрепилов В.В. Управление качеством. – М.: Экономика, 1998.

Дополнительная литература:

3. Гуру качества о качестве. Сборник статей членов Международной гильдии профессионалов качества. – Н.Новгород: СМЦ «Приоритет», Вектор ТиС, 2003.

Тема 3. Основы системы TQM

Основные принципы системы TQM. Связь TQM с другими направлениями менеджмента. Связь TQM с другими подсистемами менеджмента компании.

Основная литература:

1. Лapidус В. А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях. – М.: Типография «Новости», 2002.

2. Лайкер Дж. К. Дао Toyota. 14 принципов менеджмента ведущей компании мира. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005.

Дополнительная литература:

3. Гуру качества о качестве. Сборник статей членов Международной гильдии профессионалов качества. – Н.Новгород: СМЦ «Приоритет», Вектор ТиС, 2003.

Тема 4. Системы «Бережливого потребления» и «Бережливого производства».

Принципы «бережливых» технологий. Соотношение желаемой и предоставленной ценности услуги, потери качества. Принципы 5S. Совершенствование внутренних бизнес-процессов как путь повышения качества продаж.

Основная литература:

1. Вумек Дж., Джонс Д. Бережливое производство. Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.
2. Вумек Дж., Джонс Д. Бережливое обеспечение. Как построить эффективные и взаимовыгодные отношения. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006.
3. Вумек Дж., Джонс Д. Бережливое потребление. // Harvard Business Review Россия, май 2005, сс. 75 – 85.

Дополнительная литература:

4. Вэйдер М. Инструменты бережливого производства. Мини-руководство по внедрению методик бережливого производства. – М. Альпина Бизнес Букс, 2007.
5. Имаи М. Гемба кайдзен. Путь к снижению затрат и повышению качества. – М. Альпина Бизнес Букс, 2007.
6. Гуру качества о качестве. Сборник статей членов Международной гильдии профессионалов качества. – Н.Новгород: СМЦ «Приоритет», Вектор ТиС, 2003.
7. Леонард Д., Рейпорт Дж. Ф. К инновациям – через эмпатическое

проектирование.// Креативное мышление в бизнесе. – Альпина Бизнес Букс, 2008.

Тема 5. Система «Бережливого потребления» в российских компаниях

Особенности российских предприятий и принципы системы *Lean Consumption*. Возможности внедрения предложенной методологии: способствующие и сдерживающие факторы. Необходимость внедрения подобной методологии.

Основная литература:

1. Лapidус В. А. Всеобщее качество (TQM) в российских компаниях. – М.: Типография «Новости», 2002.
2. Гуру качества о качестве. Сборник статей членов Международной гильдии профессионалов качества. – Н.Новгород: СМЦ «Приоритет», Вектор ТиС, 2003.

Дополнительная литература:

3. Вэйдер М. Инструменты бережливого производства. Мини-руководство по внедрению методик бережливого производства. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 128 с.
4. Хоббс Д. П. Внедрение бережливого производства. Практическое руководство по оптимизации бизнеса. – Минск: Гревцов Паблишер, 2007. – 352 с.

V. Задание для контрольной работы

Построение карты потребления организации. Пути совершенствования процесса потребления.

VI. Вопросы к зачету:

Зачет предполагает устный ответ на теоретические вопросы:

1. Учетная политика предприятия. Взаимосвязь системы управления продажами и системы управления финансами.

2. Понятие качества. «Большое качество» и «малое качество».
3. Качество услуг. Показатели качества.
4. Статистические методы управления качеством.
5. Основные принципы системы TQM.
6. Связь TQM с другими направлениями менеджмента.
7. Принципы «бережливых» технологий.
8. Принципы 5S.
9. Совершенствование внутренних бизнес-процессов как путь повышения качества продаж.
10. Возможности внедрения «бережливых» технологий: способствующие и сдерживающие факторы.

Программу составил

_____М.Г. Назаров