

Направление 27.03.02 «Управление качеством»:

- Совершенствование системы менеджмента качества предприятия (организации) путем применения зарубежных и отечественных передовых технологий и решений:
 - концепции TPM;
 - методологии «Бережливое производство»;
 - концепции «Шесть сигм»;
 - концепции «Двадцать ключей»;
 - системы 5 «S» или «Упорядочение»;
 - системы BSC;
 - методологии «Коучинг»;
 - методологии «Комеркейшип»;
 - методологии «Восемь D»;
 - системы «Контрольные точки»;
 - методологии «Хосин Канри»;
 - методов бенчмаркинга;
 - статистических методов TQM, в том числе методологии QFD и SRC;
 - самооценки по различным моделям и др.
- Реализация принципов менеджмента качества на предприятиях и в организациях различных отраслей (в промышленности, в образовании и др.):
 - ориентация на потребителя;
 - лидерство руководства;
 - вовлечение работников;
 - процессный подход;
 - системный подход к менеджменту;
 - постоянное улучшение;
 - взаимовыгодные отношения с поставщиками.
- Анализ и совершенствование системы мотивации деятельности организации
- Экономия рабочего времени персонала управления организации
- Анализ и проектирование системы управления персоналом на предприятии

- Анализ и повышение квалификации персонала на предприятии
- Анализ и проектирование системы аттестации персонала
- Формы и методы профессиональной подготовки и переподготовки менеджеров
- Система управления персоналом на предприятии по требованиям МС ИСО серии 9000
- Изучение организации и подготовки внутренних аудиторов на предприятии
- Формирование и совершенствование методов создания команды на предприятии с использованием принципов МС 9000:2015
- Вовлечение персонала в создание и совершенствование системы менеджмента качества (СМК) предприятия
- Роль принципа «лидерство» в создании и совершенствовании СМК на предприятии
- Организация и совершенствование маркетинговой службы и ее роль в свете требований стандартов ИСО 9000:2015
- Анализ структуры и деятельности маркетинговой службы организации, ее влияние на другие этапы жизненного цикла продукции
- Совершенствование системы информационного обеспечения организации
- Разработка системы рекламной деятельности и ее значение для предприятия.
- Исследование рынка потребностей сферы деятельности предприятия и прогнозирование спроса на продукцию (услуги).