 МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**(ДГТУ)**

**Факультета «Сервис и туризм»**

**Кафедра «Сервис, туризм и индустрия гостеприимства»**

**Зайнуллина Т.Г.**

**Обеспечение качества услуг на предприятиях индустрии моды и красоты**

Учебно-методическое пособие для студентов направления подготовки 430301 «Сервис» профиль «Сервис индустрии моды и красоты»

Ростов-на-Дону

ДГТУ

2021

УДК 338.242.2

Зайнуллина Т.Г. Обеспечение качества услуг на предприятиях индустрии моды и красоты – Ростов-на-Дону: Донской гос. техн. ун-т, 2021. – 18 с.

В учебно-методическом пособии приводится краткое изложение основных тем занятий, контрольные вопросы для самостоятельного изучения бакалаврами направления подготовки 43.03.01 «Сервис» профиль «Сервис индустрии моды и красоты», а также вопросы для проведения промежуточной аттестации и примерные темы курсовых работ.

**Оглавление**

[Тема 1. Услуги предприятий индустрии моды и красоты 4](#_Toc68506663)

[Тема 2. Особенности предоставления услуг в салонах красоты 6](#_Toc68506664)

[Тема 3. Требования к услугам салонов красоты 7](#_Toc68506665)

[Тема 4. Качество услуг индустрии красоты 9](#_Toc68506666)

[Тема 5. Сертификация систем качества 11](#_Toc68506667)

[Тема 5. Современные концепции управления качеством 13](#_Toc68506668)

[Экзаменационные вопросы по дисциплине «Обеспечение качества услуг на предприятиях индустрии моды и красоты» 15](#_Toc68506669)

[Примерные темы курсовых работ 17](#_Toc68506670)

[Список использованных источников 18](#_Toc68506671)

# **Тема 1. Услуги предприятий индустрии моды и красоты**

Рынок услуг индустрии красоты в России имеет свои особенности. С одной стороны, он динамично развивается и по разнообразию и видовому составу услуг не отличается от западных стран. С другой нацеленность на быструю прибыль, отсутствие длительных перспектив развития организаций сферы услуг, значительно влияют на их качество.

Основные виды услуг индустрии красоты можно разделить на несколько групп:

* имиджевые услуги (парикмахерские услуги, ногтевой сервис, услуги визажа, боди-арт);
* массаж и SPA (различные виды массажа: тайский массаж; массаж Шиацу; массаж при помощи нагретых камней; аромамассаж и др.; SPA -услуги представляют собой комплекс процедур релаксирующего и оздоровительного характера);
* эпиляция (биоэпиляция; фотоэпиляция, электроэпиляция, лазерная эпиляция, ЭЛОС-эпиляция);
* косметологические услуги (комплексного ухода за кожей лица; пилинг; введения инъекций ботокса, диспорта, рестилайна и других, указанных в Государственном реестре лекарственных средств; инвазивных процедур: пирсинга, перманентного татуажа; услуг солярия и др.).

Различные виды услуг салона красоты составляют группу ОКВЭД-93.02, подразумевающий предоставление услуг парикмахерскими и салонами красоты. Эта группа состоит из:

* мытья волос, подравнивания и стрижки, укладки, окрашивания, подкрашивания, завивки, распрямления волос и аналогичных работ, выполняемых как для женщин, так и для мужчин, включая бритьё и подравнивание бород;
* косметического массажа лица, маникюра, педикюра, макияжа и т.п.

В качестве дополнительных видов деятельности ОКВЭД93.04, посвящен услугам физкультурно-оздоровительной деятельности. В эту группировку включены все виды деятельности, направленные на улучшение физического состояния человека, обеспечение комфорта. К примеру, яркими представителями группы будут турецкие бани, сауны и парные бани, солярии, курорты на минеральных источниках, салоны для снижения веса, массажные кабинеты, центры физической культуры и т.п.

Условно виды услуг салона красоты классифицируются на две группы: эстетической направленности; медицинской направленности.

Принадлежность видов услуг салона красоты к одной из названых групп является основным критерием в вопросе необходимости приобретения медицинской лицензии на их осуществление. Государственными санитарно-эпидемиологическими правилами и нормативами утверждён перечень услуг, для осуществления которых не требуется лицензия. Это виды услуг салона красоты гигиенической, декоративной и эстетической направленности, к которым относят: стрижку, укладку, окраску, химическую завивку и прочие услуги, относящиеся к уходу за волосами; окраску бровей и ресниц, гигиеническую чистку лица, визаж, нанесение масок и прочие косметические услуги; массажи лица и шеи; услуги маникюра, педикюра.

Таким образом, чтобы оказывать эстетические услуги, получать лицензию не нужно. Но оказывать медицинские услуги без специальной лицензии нельзя. Это регламентировано в статье 17 Федерального закона от 4 мая 2011 г. № 99-ФЗ «О лицензировании отдельных видов деятельности» .

Салоны красоты условно можно разделить на несколько категорий:

* эконом-класс (как правило, предоставляют только основной спектр услуг за небольшие деньги);
* бизнес-класс (спектр услуг расширенный, используются профессиональные средства);
* премиум-класс (в таких салонах красоты работают не только парикмахеры и мастера ногтевого сервиса, но и косметологи);
* VIP-класс (здесь к обязательным и распространенным услугам добавлены такие услуги как массаж, SPA, услуги профессионального стилиста и т.д.).

Салоны эконом-класса специализируются на оказании малозатратных и, как правило, традиционных услуг. Это окрашивание, стрижка (подравнивание челки или несложная стрижка). Кроме того, в таких салонах есть и дополнительные услуги – маникюр и педикюр. В салонах работают, как правило, начинающие: студенты или мастера с небольшим стажем работы. Следует заметить, что цены в салонах эконом-класса соответствующие – среди всех категорий салонов данная остается самой дешевой. Интерьер в таких салонах самый обычный, без излишеств. Как правило, они пользуются спросом среди малообеспеченных людей, особенно среди пенсионеров и студентов.

В салонах бизнес-класса более широкий перечень услуг с преобладанием профессиональной косметики для волос. Также в салонах данного уровня оказываются дополнительные услуги в сфере ногтевого сервиса: наращивание ногтей и нанесение художественного рисунка.

По сравнению с обычной парикмахерской такой салон предлагает расширенный перечень услуг, куда входят, кроме стрижки и окрашивания, маникюр, педикюр, услуги косметического кабинета и солярия. В подобных заведениях работает более квалифицированный персонал. Там можно получить консультацию мастера, который хорошо ориентируется в модных тенденциях.

В салонах премиум-класса предоставляются эксклюзивные услуги – по уходу за волосами, кожей тела и лица, а также SPA-процедуры, ароматерапия, массаж всех видов (антицеллюлитный, расслабляющий, корректирующий и т. д.). Следует заметить, что все предоставляемые услуги оказывают высококлассные мастера. «Изюминка» салонов премиум-класса – предоставление услуг стилиста.

Отличительный признак салонов высшего класса – эксклюзивные услуги. Клиенты зачастую приходят сюда не только за прической, но и за настроением. Как правило, все салоны класса «люкс» авторские, т. е. работают под руководством и маркой известного парикмахера-стилиста, часто призера международных конкурсов и чемпионатов.

Самовольно присваивать себе категории, такие как «эконом», «бизнес», «VIP», «люкс» салоны, никто не имеет права. ГОСТ 32610-2014 «Услуги бытовые. Классификация организаций», которые выделяют целый ряд показателей, по которым организациям сферы услуг может быть присвоена та или иная категория.

# **Тема 2. Особенности предоставления услуг в салонах красоты**

Сервис – это перечень услуг, предлагаемых компанией клиентам. Качество сервиса лежит в основе конкурентоспособности компании, поэтому нельзя недооценивать этот параметр.

Салон красоты, ставший бизнес-единицей в Америке в начале ХХ века, изначально занимался обслуживанием мужчин и женщин и оказывал разнообразные, в частности парикмахерские услуги. В отличие от старомодных «Парикмахерских» салоны красоты предоставляют более широкий спектр услуг: маникюр, педикюр, эпиляции, депиляции, солярий, окрашивание волос, завивки и лечение волос, татуаж и множество разнообразных услуг из серии SPA (процедуры с использованием различной формы воды и возможной целебных растений для улучшения кожи человека и релаксации).

Сегодня рынок салонов красоты имеет 5 сегментов: социальный, эконом, премиум, супер-премиум и класс люкс. Сервис в салоне красоты может стать как причиной привлечения новой клиентской базы, так и оттока клиентов. Если салон красоты заявляет высокую планку уровня обслуживания – премиум, суперпремиум или люкс – то работники этого салона должны отличаться безупречным уровнем мастерства и деловыми качествами. Несоответствие может стать причиной ухода клиентов.

Именно манера поведения и общения сотрудников является решающим фактором в оценке работы салона красоты. Чем выше уровень сервиса, тем больше вероятность того, что посетитель вернется повторно. Профессионализм и хороший уровень сервиса в салоне красоты – это то, что позволяет быть достойным соперником в конкурентной борьбе. Часто именно сервис в салоне красоты – его высокий уровень – отличает салон красоты от прочих с таким же перечнем услуг.

На сегодняшний момент большинство салонов предлагает приблизительно одни и те же услуги в одной и той же ценовой категории. Сервис в салоне красоты – это тот параметр, который дает возможность отличать их друг от друга. Стабильное качество сервиса, которое отвечает плану салона и его классу, можно назвать основным конкурентным преимуществом. Если сервис салона красоты будет предусматривать разработку и введение стандартов обслуживания клиентов, то в итоге будет сформирован высокий уровень сервиса.

Стандарты непременно должны отражать:

* момент встречи клиента и его записи на услугу;
* алгоритмы оказания услуг;
* момент завершения обслуживания и процедуру расчета с клиентом;
* способы и схемы получения обратной связи от клиента;
* процесс осуществления записи на повторную услугу.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Какие услуги салонов красоты вы знаете

2. В каких основных областях могут развиваться новые услуги

3. Какие типы салонов красоты существуют и чем они отличаются?

4. Какой тип салона красоты кажется вам наиболее перспективным с точки зрения обеспечения качества и почему?

# **Тема 3. Требования к услугам салонов красоты**

Услуги в салонах красоты обязуются отвечать некоторым требованиям, общепринятым для всех организаций, оказывающих данные услуги.

Необходимыми требованиями являются:

* хорошая подготовка и квалификация специалистов;
* эффективность и безопасность предоставляемых процедур;
* высокое качество оказания услуги и др.

На сегодняшний день салоны красоты классифицируются по выполняемым функциям, типам, местонахождению предприятия, характеру обслуживаемого контингента, и т.д. В салоны приходят люди, чтобы сделать стрижку на важные события, такие как свадьбу, день рождения, юбилей или просто привести себя в благоприятный и порядочный внешний вид. Приятно встретить, качественно и вежливо обслужить, создать максимально благоприятные условия для клиента – это первоначальная задача работников салона красоты. Сегодня на рынке не так уж и много специализированных салонов, которые предлагают не только косметологические или парикмахерские услуги. Владельцы вновь открывающихся предприятий стараются разрабатывать и включать как можно больше новых услуг. При этом часто не учитывается одна особенность потребителя услуг салонов красоты: люди чаще всего идут не в конкретный салон, а к конкретному мастеру. Связано это в первую очередь с тем, что мастер своей качественной и добросовестной работой завоевывает к себе доверие клиента, и человек уже не сомневается в его профессионализме, убеждаясь на собственном примере, постоянно пользуясь услугами этого мастера. Как и любой другой трудовой деятельности, обслуживанию в салоне красоты свойственны определенные принципы организации:

* более полное удовлетворение платежеспособного спроса населения на услуги;
* максимальная доступность услуг к потребителю;
* повышенное внимание к индивидуальным потребностям, вкусам и предпочтениям клиента;
* создание наиболее комфортных условий для клиента в процессе пользования услугами; доведение услуг до потребителя с наименьшими затратами.

Процесс облуживания – поэтапно протекающая во времени смена стадий доведения услуги до потребителя. Этот процесс должен быть наиболее рациональным, проходить с минимальной тратой времени для осуществления всех ступеней доведения услуги до самого потребителя. Главное значение в предприятиях типа салонов красоты, уделяется форме обслуживания. Форма обслуживания – это способ доведения услуги до потребителя, который позволяет организовать и регулировать взаимоотношения между предприятием бытового обслуживания и клиентом (заказчиком) в процессе выполнения самого заказа. Предприятиям данной сферы необходимо учитывать тот факт, что прогрессивная форма обслуживания является более предпочтительной для потребителей различных видов услуг.

Преимуществами прогрессивных форм обслуживания являются:

* экономия времени заказчика на получение услуги удобство и комфорт при пользовании услугами;
* увеличение прибыли от предоставления услуг.

Это значит, что прогрессивная форма обслуживания должна быть равнозначно выгодна и клиенту, и предприятию, которое оказывает данные услуги. Лишь в этом случае она будет пользоваться наибольшим спросом, и иметь положительные шаги развития. По уровню возрастания благо состоятельных людей, возрастают и их потребности, в пользовании различными услугами и в том числе бытовыми. С ростом и совершенствованием бытовых потребностей населения все больше увеличивается, и становиться разнообразным спрос на услуги предприятий. В последние годы в сфере бытового обслуживания населения появляются предприятия, которые объединяют услуги, оказываемые традиционно либо парикмахерскими, либо косметическими кабинетами – салоны красоты.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Что является ключевыми фактором при выборе салона красоты клиентами?

2. Учет каких факторов предусматривает анализ деятельности салонов красоты?

3. Что дает салону красоты применение различных форм обслуживания и их сочетаний?

4. Что включает в себя прогрессивная форма обслуживания и как это отражается на качестве обслуживания, поясните?

5. В чем состоит разница между формами обслуживания в индустрии красоты и других сервисных предприятий?

# **Тема 4. Качество услуг индустрии красоты**

Существуют различные подходы к определению понятия «качество услуги». Качество услуги – это совокупность потребительских свойств услуг, отражающих удовлетворение индивидуальных потребностей как в процессе производства услуги, так и в процессе обслуживания.

Показателями качества предоставления услуг являются следующие критерии:

* удобное местоположение салона красоты;
* удобство во времени и быстрая система записи;
* комфорт и чистота в помещении;
* вежливость и обходительность рабочего персонала, нужное количество и необходимое качество оборудования, инструментов и используемых материалов, использование фирменных, сертифицированных материалов, чистоплотность и высший профессионализм рабочего персонала, наличие постоянных клиентов.

В салонах красоты необходимо обеспечение всех правил безопасности: санитарно-гигиенические и технологические требования, безопасность жизни и здоровья клиентов, а также нормы, утвержденные региональными центрами государственного и санитарно-эпидемиологического надзора.

При оказании услуг салонами красоты соблюдаются следующие требования безопасности:

* продукция, которая используется в салонах, должна соответствовать сроку годности и быть утилизирована при ее окончании;
* при использовании материалов и проведении технологических процессов оказания услуги нужно учитывать индивидуальную непереносимость и противопоказания для каждого клиента;
* перед началом технологических процессов оказания услуг необходимо проверять кожный покров клиента на чувствительность к применяемым для работы материалам в соответствии с технологией;
* нормы времени, расхода материалов и последовательность технологических операций должны быть соблюдены в соответствии с технологией;
* рабочие инструменты обязательно должны проходить определенную обработку;
* белье, которое применяется в работе должно быть одноразовым или проходить регулярную санитарную чистку.

Проверку соблюдения требований при оказании услуг салонов красоты осуществляют с помощью аналитических, органолептических и социологических методов контроля. Показатели функциональности оценивают на основе нормативных документов, которые отражают показатели назначения, а также основой непосредственно является мнение самих клиентов. Проверку соблюдения требований безопасности и экологических требований необходимо осуществлять непосредственно в самой организации. Указанные требования должны соответствовать нормативно – технической документации.

Проверка соблюдения требований безопасности при оказании услуг должна осуществляться на основе анализа технических и нормативных документов на услуги парикмахерских и фактического состояния процесса оказания услуг салонами красоты. Проверить температуру воды возможно с помощью термометра. При окрашивании волос химическими красителями приготовление самого раствора парикмахером делают непосредственно по техническому документу с использованием специальной мерной посуды по нормативной и технической документации.

Что бы отследить химическое воздействие на волосах используется время (часы).

Качество обслуживания определяется по многочисленным отзывам клиентов. Сам клиент при посещении салона, обращает в первую очередь внимание на администратора, на его обходительность с клиентами. После оказания услуги человек может трезво оценить работу персонала и сделать соответствующие выводы. Профессионализм работника определяется опытом его работы в данной сфере, наличием диплома, личными качествами (отзывчивость, вежливость, психологический подход). Доволен клиент или нет, можно определить по наличию положительных отзывов в книге отзывов, рекламаций, а также числом постоянных клиентов. Эффективное и комплексное управление качеством в дополнение к сертификации продукции, работ и услуг, предусматривает также сертификацию систем качества.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Почему качество является фактором уровня жизни, экономической и экологической безопасности?
2. Какие причины обуславливают необходимость повышения и обеспечения качества продукции (услуги)?
3. Как соотносятся принципы конкурентоспособности и качества продукции?
4. Почему качество является комплексным понятием отражая эффективность всех сторон деятельности фирмы?
5. Какое значение имеет повышение качества для фирмы?
6. Какова роль конкурсов в повышении качества фирмы?

# **Тема 5. Сертификация систем качества**

Сертификация систем качества – это действие независимой стороны, которая доказывает, что обеспечивается необходимая уверенность в том, что верно идентифицированная система качества полностью соответствует выбранной модели или другим нормативным документам, определенным заявителем. В современных условиях рыночных отношений важнейшим условием успешной и плодотворной работы организаций и предприятий является наличие сертифицированных систем менеджмента качества.

Неоспоримым доказательством стабильного получения качественного продукта служит сертификат на систему менеджмента качества.

Сертификация систем менеджмента качества – это высокоэффективный рыночный инструмент, так как сертификат, выданный авторитетной организацией, признается как осязаемое свидетельство качества, которого вправе ожидать потребитель.

Требования к качеству услуг – совокупность требований к свойствам услуг, которые вызывают их способность удовлетворять потребности клиента (заказчика).

Таким образом, качественное обслуживание в салоне красоты – это совокупность, состоящая из персонального общения между персоналом и клиентом. Она включает в себя:

* накопление личной информации о клиенте и использование этих данных в работе;
* формирование корпоративной культуры;
* создание индивидуальных стандартов обслуживания.

За последнее время ситуация сложилась таким образом, что большая часть мастеров индустрии красоты работают «на дому», при этом зачастую зарабатывая больше, чем мастера, осуществляющие деятельность в салонах красоты. Несомненно, в этом есть значительные плюсы – в ощущении самодостаточности и внутренней свободы. При этом в работе «на дому» есть большие минусы: во-первых, это отсутствие эстетики и красоты процедуры, ведь важен не только результат, но и сам процесс; во-вторых, возможная антисанитария; в-третьих, имидж «специалиста на дому», который не приводит к большей прибыли и успеху в целом .

Услуги и процедуры массажистов, мастеров маникюра, стилистов, косметологов считаются салонными услугами. Помимо профессионализма данные услуги требуют соответствующего антуража и качества обслуживания. Однако нередко специалисты индустрии красоты игнорируют этот факт. Одной из причин такого поведения является – непонимание, как именно работать в салоне красоты, потому что руководители далеко не всегда могут организовать грамотную команду и выстроить взаимоотношения с мастером.

Успех специалиста индустрии красоты складывается не только из профессионального мастерства, но еще из имиджа салона, технологии продаж и уровня цен.

Процесс создания и продвижения салона красоты в сфере индустрии красоты очень специфическая вещь, в которой нужно учитывать не только профессионализм работы и качество выполнения услуг, но и многие другие факторы. Следует периодически проводить анализ тенденций рынка, а также учитывать постоянно растущее число различных салонов красоты, парикмахерских и других учреждений, предоставляющих подобные услуги и, как следствие, рост конкуренции. Это значит, что конкурентный анализ нужно проводить регулярно, чтобы услуги салона всегда были актуальны для посетителей. Необходимо учитывать и мировые тенденции не только на рынке услуг, но и на рынке кадров.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. Какова цель разработки и внедрения государственной системы стандартизации РФ?
2. Какой состав нормативных документов по стандартизации в России устанавливает Закон РФ «О стандартизации»?
3. Какой статус применения имеют международные стандарты ИСО?
4. Каковы взаимоотношения субъектов сертификации?
5. Что такое сертификация соответствия?
6. В чем различие между сертификацией соответствия и сертификатом?
7. Что такое декларация о соответствии?
8. Что является нормативной базой сертификации системы качества?

# **Тема 5. Современные концепции управления качеством**

Существуют различные концепции управления качеством. Основной является концепция всеобщего управления на основе качества "TQM", идеологию которой разработали американские ученые Уолтер Шухарт и Уильям Эдвард Деминг.

Основная идея концепции Шухарта заключается в "улучшении качества за счет уменьшения изменчивости процесса". Причины изменчивости могут быть общие или специальные. Шухарт указал на важность непрерывного и осознанного устранения вариаций из всех процессов производства продукции и услуг. В 1924 году ученый разработал концепцию производственного контроля, связанную с изобретением и последующим применением карт статистического контроля: «Контрольных карт Шухарта». Статистические методы контроля позволяют сосредоточить усилия на том, чтобы увеличить количество годных изделий за счет максимального сокращения вариаций.

Шухартом впервые была предложена циклическая модель, разделяющая управление качеством на 4 стадии:

1. Планирование (Plan),
2. Реализация (Do),
3. 3.Проверка (Check),
4. Корректирующие воздействия (Action).

Наибольшее распространение эта модель получила в Японии.

В свою очередь, Э. Деминг разработал и предложил программу, направленную на повышение качества труда, которая базируется на 3 прагматичных аксиомах:

1. Любая деятельность может рассматриваться, как технологический процесс, а значит, может быть улучшена.
2. Производство должно рассматриваться, как система, находящаяся в стабильном или нестабильном состоянии, поэтому решение конкретных проблем не является достаточным - все равно вы получите только то, что даст система. Необходимы фундаментальные изменения в процессе.
3. Высшее руководство предприятия должно во всех случаях принимать на себя ответственность за свою деятельность.

Метод управления качеством, называемый Total Quality Management (TQM) или «Всеобщее управление качеством», давно и широко используется в ряде промышленно-развитых стран для непрерывного совершенствования качества продуктов и услуг.

Всеобщее управление качеством – это философия организации, которая основана на стремлении к качеству и практике управления, которая приводит к всеобщему качеству, отсюда качество – это не то, что вам приходится отслеживать или добавлять на каком-то этапе производственного процесса, это сама сущность организации.

Качество можно представить в виде пирамиды.

Наверху пирамиды находится TQM – всеобщий менеджмент качества, который предполагает высокое качество всей работы для достижения требуемого качества продукции. Прежде всего, это работа, связанная с обеспечением высокого организационно-технического уровня производства, надлежащих условий труда. Качество работы включает обоснованность принимаемых управленческих решений, систему планирования. Особое значение имеет качество работы, непосредственно связанной с выпуском продукции (контроль качества технологических процессов, своевременное выявление брака). Качество продукции является составляющей и следствием качества работы. Здесь непосредственно оценивается качество годной продукции, мнение потребителя.

**Контрольные вопросы по теме для самоконтроля**

1. В каких случаях возникает необходимость управления качеством?
2. Какие принципы теории управления относятся к управлению качеством продукции?
3. Какие рекомендации разработаны по применению систем качества на основе международных стандартов сери ИСО 9000?
4. В какой последовательности проводятся работы по созданию системы TQM?
5. Применение TQM в индустрии красоты, в чем особенности и перспективы?

# **Экзаменационные вопросы по дисциплине «Обеспечение качества услуг на предприятиях индустрии моды и красоты»**

1. Основные понятия и определения в области управления качеством.
2. Актуальность проблемы качества для предприятий моды и красоты.
3. Классификация и классификаторы услуг, классификация организаций в сфере индустрии моды и красоты.
4. Модель восприятия потребителем качества услуги.
5. Представление услуги в виде процесса.
6. Показатели оценки и характеристики качества услуг, обслуживания, организаций.
7. Классификация методов управления качеством.
8. Методы управления персоналом в целях достижения требуемого качества обслуживания.
9. Измерение показателей качества и конкурентоспособности услуг и организаций.
10. Оценка качества системы обслуживания.
11. Оценка и прогнозирование уровня конкурентоспособности услуг и организаций.
12. Инструменты управления (планирования) качества и анализа процесса (постоянного совершенствования).
13. Развертывание функций качества (QFD, РФК) и концепция «дома качества».
14. Обеспечение контроля качества и безопасности в области туризма.
15. Необходимость создания информационной системы и информационной базы анализа и управления качеством.
16. Понятия «качество услуг» и «удовлетворенность потребителей».
17. Преимущества, получаемые организацией при обеспечении удовлетворенности потребителей качеством услуг.
18. Индексный и национальный методы определения удовлетворенности потребителей.
19. Этапы развития управления качеством.
20. Основные элементы новой системы управления качеством.
21. Сущность процессного подхода к управлению качеством и его особенности.
22. Определение состава процессов организаций.
23. Состав, краткая характеристика, назначение и структура семейства стандартов ИСО 9000.
24. Принципы менеджмента качества.
25. Модель системы менеджмента качества, основанная на процессном подходе.
26. Управленческая деятельность руководства.
27. Мониторинг, измерение, анализ и улучшение.
28. Руководство по улучшению деятельности (ГОСТ Р ИСО 9004-2001).
29. Предполагаемые направления пересмотра стандарта ИСО 9000:2000 и проект стандарта ИСО/ОПМС 9004:2009.
30. Аудит систем менеджмента качества (ГОСТ Р ИСО 19011-2003).
31. Создание системы менеджмента качества, обеспечение ее функционирования и совершенствования.
32. Преодоление трудностей, связанных с практической реализацией процессного подхода в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001-2008.
33. Концепция всеобщего управления качеством (TQM).
34. Концепции, использующие основные принципы TQM.
35. Оценка соответствия (сертификация, классификация) организаций в индустрии моды и красоты.
36. Сертификация услуг в индустрии моды и красоты.
37. Сертификация систем менеджмента качества.
38. Оценка эффекта, результативности и эффективности систем менеджмента качества.

# **Примерные темы курсовых работ**

1. Основные понятия и определения в области управления качеством.
2. Классификация и классификаторы услуг, классификация организаций в области туризма.
3. Особенности услуг предприятий моды и красоты как объекта управления качеством.
4. Модель восприятия потребителем качества услуги.
5. Представление услуги в виде процесса.
6. Показатели оценки и характеристики качества услуг, обслуживания, организаций.
7. Классификация методов управления качеством.
8. Методы управления персоналом в целях достижения требуемого качества обслуживания.
9. Измерение показателей качества и конкурентоспособности услуг и организаций.
10. Оценка качества системы обслуживания.
11. Оценка и прогнозирование уровня конкурентоспособности услуг и организаций.
12. Инструменты управления (планирования) качества и анализа процесса (постоянного совершенствования).
13. Развертывание функций качества (QFD, РФК) и концепция «дома качества».
14. Инструмент анализа процесса (постоянного совершенствования).
15. Обеспечение контроля качества и безопасности в области туризма.
16. Понятия «качество услуг» и «удовлетворенность потребителей».
17. Преимущества, получаемые организацией при обеспечении удовлетворенности потребителей качеством услуг.
18. Этапы развития управления качеством.
19. Основные элементы новой системы управления качеством.
20. Сущность процессного подхода к управлению качеством и его особенности.
21. Определение состава процессов организаций.
22. Приоритетные бизнес-процессы и их эффективное выполнение.
23. Состав, краткая характеристика, назначение и структура семейства стандартов ИСО 9000.
24. Принципы менеджмента качества.
25. Управленческая деятельность руководства.
26. Менеджмент ресурсов. Жизненный цикл продукции и услуг.
27. Руководство по улучшению деятельности (ГОСТ Р ИСО 9004-2001).
28. Предполагаемые направления пересмотра стандарта ИСО 9000:2000 и проект стандарта ИСО/ОПМС 9004:2009.
29. Аудит систем менеджмента качества (ГОСТ Р ИСО 19011-2003).
30. Преодоление трудностей, связанных с практической реализацией процессного подхода в соответствии с требованиями ГОСТ Р ИСО 9001-2008.
31. Концепция всеобщего управления качеством (TQM).
32. Концепции, использующие основные принципы TQM.
33. Сущность и особенности интегрированных систем менеджмента качества.
34. Система экологического менеджмента (управление охраной окружающей среды).
35. Система менеджмента на основе принципов ХАССП.
36. Оценка соответствия (сертификация, классификация) организаций в туризме.
37. Сертификация услуг туризма.
38. Сертификация систем менеджмента качества.

# **Список использованных источников**

1. Особенности технологий оказания услуг в индустрии моды. Старовойтова, А.А., Андросова, Г.М. Омск: Омский государственный институт сервиса, Омский государственный технический университет 2012 http://www.iprbookshop.ru/12720.html
2. Практика разработки и внедрения систем менеджмента качества на предприятиях и в организациях Евстропов, Н.А., Корнеева, В.М. Москва: Академия стандартизации, метрологии и сертификации 2013 http://www.iprbookshop.ru/44360.html
3. Управление качеством Ильенкова, С.Д., Ягудин, С.Ю. Москва: ЮНИТИ-ДАНА 2015 http://www.iprbookshop.ru/66305.html
4. Организация и планирование деятельности предприятий сервиса Костюченко, Т.Н., Ермакова, Н.Ю. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, Секвойя 2017 http://www.iprbookshop.ru/76044.html
5. Управление качеством Байдаков, А.Н., Черникова, Л.И. Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет 2017 http://www.iprbookshop.ru/76061.html