**Айдаров Дмитрий Васильевич Развитие теории и практики управления конкурентоспособностью в автомобилестроении на основе методологии потребительской ценности качества**

ОГЛАВЛЕНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

доктор наук Айдаров Дмитрий Васильевич

ВВЕДЕНИЕ

1 СТРАТЕГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ НА ОСНОВЕ КАЧЕСТВА

1.1 Анализ современного состояния и перспектив развития стратегического менеджмента качества в автомобилестроении

1.2 Управление аналитическими процессами обеспечения конкурентоспособности автопроизводителей

1.3 Комплексная оценка и мониторинг удовлетворенности потребителей качеством автомобилей

1.4 Система обратной связи с потребителями

1.5 Выводы по главе

1.6 Цель и задачи диссертационной работы

2 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПОДХОДОВ К НАЗНАЧЕНИЮ И МОНИТОРИНГУ ЦЕЛЕЙ В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА

2.1 Предварительные замечания и допущения

2.2 Исторический анализ изменения показателей качества автомобилей

2.3 Систематизация существующих подходов к стратегическому планированию качества автомобилей в эксплуатации

2.4 Разработка комплексного подхода для эффективного планирования конкурентоспособности продукции и назначения стратегических целей в области качества

2.5 Выводы по главе

3 ИЗМЕРЕНИЕ ВОСПРИНИМАЕМОЙ ПОТРЕБИТЕЛЯМИ ЦЕННОСТИ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ АВТОПРОМА

3.1 Анализ исследований в области восприятия качества потребителями

3.2 Разработка методических основ измерения потребительской ценности качества

3.3 Разработка интегрированного подхода к обеспечению процесса повышения качества продукции

3.4 Выводы по главе

4 СОЗДАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ЦИФРОВОЙ СРЕДЫ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИИ

4.1 Исследование направлений цифрового развития автопрома

4.2 Разработка и развитие интеллектуальных систем управления качеством

4.3 Концепция экспертно-аналитической интеллектуальной среды поддержки улучшений в области конкурентоспособности и качества продукции и услуг

4.4 Реализация концепции ЭАИС с использованием аппарата вероятностно-статистического моделирования

4.5 Выводы по главе

5 МЕТОДОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЦЕННОСТИ КАЧЕСТВА ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ

5.1 Методология формирования и оценки потребительской ценности качества

5.2 Первичный анализ данных

5.3 Метод прогнозирования потребительской ценности качества

5.4 Апробация метода прогнозирования потребительской ценности качества

5.5 Выводы по главе

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРТУРЫ

Приложение А

Приложение Б