

<<现代制造企业质量管理与实务>>

图书基本信息

书名：<<现代制造企业质量管理与实务>>

13位ISBN编号：9787302209331

10位ISBN编号：7302209332

出版时间：2009-9

出版时间：清华大学出版社

作者：俞鸿斌，楼艳 主编，俞方平，周建忠 副主编

页数：305

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<现代制造企业质量管理与实务>>

前言

随着中国成为世界的现代制造业中心之一，全国有大量的中小企业急速发展，但企业管理人员素质参差不齐，造成我国产品质量水平低，竞争能力差。

企业的发展急需大量基层管理人员，而长期以来我国高职教育中质量管理教育比较薄弱，导致目前企业在岗的质量专业人员缺乏系统的质量专业知识和质量管理技能，许多企业的经营管理者和技术人员缺乏基本的质量管理知识。

21世纪是质量的世纪，全球性的市场竞争直接表现为产品质量的竞争和服务质量的竞争，提高质量不仅是企业竞争的策略，而且成为当今世界经济发展的驱动力。

本书根据高等职业教育的特点，采用以职业能力培养为核心，理论讲授与实践教学并举、校企合作与工学结合并轨的新型教育模式编写。

为了使广大高职院校学生了解质量管理的基本知识，掌握质量管理的基本技能，将来能胜任企业生产及质量管理工作，编者组织了多年从事质量管理和质量认证的企业专家、多年从事质量管理生产实践的高工和具有丰富的相关教学经验的教师，共同参与编写了本书。

本书立足于实际能力的培养，对内容的选择作了重要改革，突出了以工作任务为中心和对学生职业能力的训练，理论知识的选取紧紧围绕工作任务完成的需要来进行，改变了以知识传授为主的传统学科教学模式。

本书基于实际企业的质量管理工作过程，设计综合性学习任务，将知识点项目化；把质量管理原理、质量检验等相关理论知识有机结合起来，使得理论教学以必需、够用为度，强调让学生在完成具体项目的过程中来构建相关理论知识并发展职业能力，同时又充分考虑了高等职业教育对理论知识学习的需要，融合了相关职业资格证书，如ISO 9000内审员资格证机“质量工程师”初、中级职业资格证书对知识、技能和态度的要求。

本书主要针对非企业管理类专业的教学，特别适用于高职高专机电类质量管理课程教学的需要，注重理论与实践相结合，管理方法与统计技术兼顾，同时吸收国内外先进的质量管理理论和方法，使本书内容现代化。

本书共分8个学习项目，每个项目都基于一个完整的工作过程，包括认识质量和质量管理、顾客满意度测评、建立质量管理体系、质量管理体系内部审核、质量检验、抽样检验、质量成本管理、质量改进等内容。

每个项目均包括知识目标、技能目标、项目案例导入、相关知识点、任务提出和实施、拓展训练等内容，项目来源于真实企业的典型工作案例，内容贴近实际。

教材设计特色鲜明、体系完整，每章后面均附有本章小结、思考题和训练题，以满足教学要求。

<<现代制造企业质量管理与实务>>

内容概要

本书按照“工作过程导向”的理念，采用项目化教学模式编写，以工作任务为中心组织教材内容，突出了工学结合、实践性与可操作性，体现了以技能训练为主线、相关知识为支撑的先进教学理念。

本书立足于实际能力培养，针对现代制造企业质量管理工作所需的岗位技能，分成若干典型实训项目，通过质量管理典型案例的开展、分析、讨论、实施，让学生在完成具体项目的过程中构建相关理论知识，掌握质量管理技能。

本书以最新颁布的GB/T 19000--2008族标准设计教学内容，详细介绍了新标准的理解实施要点，并融合了相关内审员资格证书、“质量工程师”初、中级职业资格证书对知识、技能的要求，教学设计更贴近实际。

本书可作为高职院校质量管理相关课程的教学用书，也可作为企业管理培训、ISO 9000管理认证培训教材，还可供本科院校师生、企业管理人员和广大爱好者参考使用。

<<现代制造企业质量管理与实务>>

书籍目录

第1章 认识质量和质量管理 1.1 认识质量和质量管理 1.1.1 质量的概念 1.1.2 质量的经济性、广义性、时效性和相对性 1.1.3 质量的形成过程 1.1.4 质量概念的演变 1.2 质量管理的概念 1.2.1 质量管理的概念 1.2.2 质量管理的八项原则 1.2.3 质量管理理论的发展过程 1.2.4 质量管理的国际标准化 1.2.5 我国的质量管理发展大事回顾 1.3 “质量是企业生命”案例分析讨论 1.3.1 任务要求 1.3.2 检查方法 1.3.3 评估策略 拓展训练 本章小结 思考与训练题第2章 顾客满意度测评 2.1 顾客与顾客要求 2.1.1 顾客 2.1.2 顾客要求 2.2 顾客满意与顾客满意管理 2.2.1 顾客满意 2.2.2 顾客满意管理 2.2.3 顾客忠诚 2.3 中国顾客满意指数 2.3.1 中国顾客满意指数基本模型 2.3.2 中国顾客满意度指数的层次 2.4 顾客满意度测评 2.4.1 顾客满意度指数测评的意义 2.4.2 顾客满意度测评工作程序 2.4.3 顾客满意度的测评方法 2.5 顾客满意度调查案例实施 2.5.1 任务要求 2.5.2 检查方法 2.5.3 评估策略 拓展训练 本章小结 思考与训练题第3章 建立质量管理体系 3.1 认识ISO 9000族标准 3.1.1 ISO 9000族标准简介 3.1.2 我国的GB/T 19000标准 3.2 GB/T 19001--2008/ISO 9001 : 2008标准理解和实施要点 3.3 建立企业质量管理体系的案例实施 3.3.1 任务要求 3.3.2 检查方法 3.3.3 企业质量管理体系的建立 3.3.4 质量管理体系策划设计阶段 3.3.5 质量管理体系文件编写阶段第4章 质量管理体系内部审核第5章 质量检验第6章 抽样检验第7章 质量成本管理第8章 质量改进附表 GB/T2828.1参考文献

章节摘录

第1章 认识质量和质量管理 1.1 认识质量和质量管理 1.1.2 质量的经济性、广义性、时效性和相对性 从质量的内涵理解,质量具有经济性、广义性、时效性和相对性。

1.质量的经济性 要求内含了对物品价值的需求或期望,价廉物美实际上反映了人们的价值取向,物有所值表明质量有经济性的表征。

虽然顾客和组织关注质量的角度是不同的,但对经济性的考虑是一样的。

2.质量的广义性 顾客或相关方对组织的产品、过程或质量体系都可能提出要求,因此,质量不仅指产品质量,也可指过程的质量和体系的质量。

例如:汽车制造厂要求提供配件的供货方质量体系必须通过ISO/TS 16949认证。

3.质量的时效性 顾客或组织的相关方对组织产品、过程和体系的需求和期望是不断变化的,例如,原先被顾客认为质量好的产品会因为顾客要求的提高而不再受到欢迎。

因此,组织应不断地调整质量。

4.质量的相对性 组织的顾客和其他相关方可能对同一产品的不同功能或同一产品的同一功能提出不同的需求。

需求不同,质量要求也就不同,只有满足需求的产品才会被认为是质量好的产品。

例如,不同的国家、民族、消费群体对同一产品质量的要求会有不同。

质量的优劣是满足要求程度的一种体现。

它须在同一等级基础上作比较,不能与等级混淆。

等级是指对功能用途相同但质量要求不同的产品、过程或体系所作的分类或分级。

<<现代制造企业质量管理与实务>>

编辑推荐

《现代制造企业质量管理与实务》特色： 采用理论讲授与实践教学并举、校企合作与工学结合并轨的新型教育模式编写。

结构严谨，内容丰富，实用性强。

理论知识阐述条理清晰，详简得当，易于掌握。

丛书特色： 依据职业岗位的需要，选择并组织教材内容。

以就业为导向，以能力为本位，突出实践性，以提高学生的职业能力。

项目案例丰富，且源于实际。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介, 请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>