

<<质量与责任>>

图书基本信息

书名：<<质量与责任>>

13位ISBN编号：9787502630447

10位ISBN编号：7502630449

出版时间：2009-7

出版时间：中国计量

作者：温德成

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>

<<质量与责任>>

内容概要

中国的复兴之路不会平平坦坦，中国的质量振兴之路也将会困难重重，但只要我们企业界、政府部门、行业协会、新闻媒体、教育界以及全体公民能够勇于承担责任，以中华民族的勤劳和智慧，中国制造一定会成为世人的选择，中国品牌一定会赢得世人的尊重！
现在，我们每一位要做的就是——担负起提升质量的责任！

<<质量与责任>>

作者简介

温德成（1966—），男，工学博士、双硕士。

先后留学于瑞士和美国。

现为山东大学管理学院教授、博士生导师，质量管理研究中心主任。

20年来专心于质量管理的教学与科研，已出版《互剥共赢的供应商质量控制》、《B28平台——质量成就商机》、《产品质量竞争力的培育》、《面向战略的质量文化建设》等专著7部，在Quality Engineering（美国）、《统计研究》、《世界标准化与质量管理》、《中国质量》、《数理统计与管理》等期刊发表论文120余篇。

<<质量与责任>>

书籍目录

1 我们需要什么样的质量观念 观念的力量 制约我国产品质量快速提升的质量观念 关于质量的各种表象 质量是什么 实用的质量 感觉的质量 安全的质量 节约的质量 服务的质量 有竞争力的质量 案例分析从“无抗奶”谈产品质量2 顾客意识及其培育 顾客—企业生存的前提 顾客意识——企业持续发展的原动力 顾客意识——探究市场的冲动力 顾客意识——创新产品的指南针 顾客意识——塑造品牌、维护品牌的推动力 顾客意识——赢得顾客的保障 顾客意识的强化——企业管理的重要内容 领导策划与发动——强化顾客意识的关键 制度引导——顾客意识形成与保持的保护伞 员工参与——强化顾客意识的有效途径 顾客意识的落实 识别顾客需要 满足顾客需求 顾客投诉与不满化解 评价顾客满意和顾客互动 建立良好的顾客关系3 为什么我们需要加强自主品牌建设 南孚电池控股权的变化 中国发展自主品牌的紧迫性和重要性 从南孚电池谈我国自主品牌建设存在的突出问题 地方政府的招商引资政策 跨国资本的强力收购 自主品牌意识淡薄 培育自主品牌任重道远 自主品牌建设的着力点 品牌定位 品牌延伸 品牌强化……4 质量忧患意识及其强化5 企业质量管理体系建设 6 企业管理者应承担什么样的质量责任7 政府的质量责任8 质量创造美好未来——全社会的共同责任

<<质量与责任>>

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>