

<<质量管理学>>

图书基本信息

书名：<<质量管理学>>

13位ISBN编号：9787309057898

10位ISBN编号：7309057899

出版时间：2007-11

出版时间：复旦大学出版社

作者：龚益鸣 等编著

页数：485

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>

## &lt;&lt;质量管理学&gt;&gt;

## 前言

自2004年7月本书第二版出版以来,质量管理的理论研究和应用实践又有了很大的发展。ISO 9000:2000已经在广大企业里得到了实施,环境管理体系(EMS)、职业健康安全管理体系(OHSMS)、食品安全管理体系(FSMS)等也相继问世,并得到越来越多企业的重视和应用。一些管理基础较好的企业,为了进一步提升自己的质量竞争力和经营业绩,纷纷引进《卓越绩效评价准则》、6Sigma管理模式和顾客满意经营战略,根据企业的实际情况,进行探索和实践。和几年前相比,当今我国的质量形势已有了很大的变化。

为了反映这种变化,决定修订本书。

除了增加一些新内容,精简一些相对陈旧的内容以外,本次修订在“思想理念”上也尽作者所能做了调整,以使那些先进有效的质量管理理论和方法能更准确地传递给读者。

“21世纪是质量的世纪。

”要使我国尽快赶上世界经济发展的步伐,成为名副其实的社会主义强国,必须实行质量振兴的基本国策。

企业必须树立“质量第一、用户第一”的质量理念,了解市场经济条件下质量竞争的特点和方式,根据不同的需要,掌握必要的质量管理理论和方法。

作为编者,仍是一如既往地希望本书能对各位读者有所帮助。

对于本书存在的种种不足之处,甚至纰缪之处,热切期望读者的批评和建议。

本书本版由复旦大学质量管理研究所龚益鸣、上海机械工业质量管理协会蔡乐仪和陈森编写。

全书共分十五章,其中第一、七、八、九、十、十一、十二、十三章由龚益鸣编写,第四、五、十四、十五章由蔡乐仪编写,第二、三、六章由陈森编写。

龚益鸣拟定了本次修订提纲,最后对全书进行了统稿。

## <<质量管理学>>

### 内容概要

“ 21世纪是质量的世纪 ”。

学习质量和质量管理的基本知识是新世纪每一个生产经营者所必备的素质要求之一，质量和质量管理是企业经营的永恒主题。

本书从当今质量管理的实际出发，系统阐述了质量管理学的基本概念、理论和方法，同时，还适当介绍了一些质量管理的最新动态和热点问题，如顾客满意理论、卓越绩效评价准则、6Sigma管理模式等。

第三版除了增加了一些新内容(如6Sigma)，精简了一些相对陈旧的内容以外，在体例格式上为了方便教学也作了相应的调整，如每章前面增加了学习目标，章后配有本章小结等。

此外，第三版还配有多媒体助教光盘以丰富教学形式。

本书可作为工商管理及经济管理类专业各类学生的学习用书，也可作为企业质量管理的培训教材。同时，也可提供给社会上对质量管理有兴趣和需要的人员作参考。

## <<质量管理学>>

### 作者简介

龚益鸣，复旦大学管理学院任职。

编有《“民工潮”的起落》等。

蔡乐仪，现任上海市机械工业质量管理协会秘书长。

广东人。

陈森，高级工程师，上海四方锅炉厂总质量师，中国质量管理协会高级会员。

福建福州人。

在《金属学报》等杂志上发表有论文及译文。

## 书籍目录

第一章 绪论 第一节 质量的含义 第二节 走向知识经济时代的质量战略第二章 质量和质量管理的基本概念 第一节 术语和定义 第二节 产品质量形成规律 第三节 全面质量管理的基本概念 第四节 质量管理的基础工作第三章 ISO 9000族标准 第一节 ISO 9000族标准概述 第二节 质量管理原则和质量管理体系基础 第三节 质量管理体系要求与体系的建立 第四节 质量管理体系的业绩改进第四章 质量审核和质量认证 第一节 质量审核概念和程序 第二节 质量审核的实施 第三节 质量改进 第四节 质量认证的概念 第五节 质量认证的实施和管理（体系、产品）第五章 质量监督 第一节 质量监督概述 第二节 产品质量监督的实施 第三节 质量仲裁 第四节 特殊产品的质量监督管理制度 第五节 产品质量法第六章 企业的质量管理 第一节 市场研究与产品开发过程的质量管理 第二节 生产过程的质量管理 第三节 市场营销与服务提供过程的质量管理 第四节 质量管理实施中的几种重要方法 第五节 质量管理成功企业的共同特征与策略第七章 统计质量控制的基本原理和常用工具 第一节 统计质量控制的基本原理 第二节 统计过程控制的常用工具第八章 工序（过程）质量控制 第一节 工序质量的受控状态 第二节 工序能力和工序能力指数 第三节 工序质量控制图 第四节 实施统计过程控制（SPC）中的一些问题第九章 6Sigma管理简介 第一节 6Sigma管理的起源和意义 第二节 6Sigma管理的概念和特点 第三节 6sigma管理中常用的度量指标和工具 第四节 6Sigma管理的组织和实施 第五节 6Sigma管理过程的两个基本模式 第六节 中国企业实施6Sigma管理的问题和对策第十章 质量检验 第一节 质量检验的基本概念 第二节 质量检验的组织和主要管理制度 第三节 验收抽样检验的基本概念 第四节 验收抽样方案的操作特性和设计 第五节 验收抽检方案应用中的一些问题第十一章 质量成本管理 第一节 质量成本的含义及其核算 第二节 质量成本的分析与报告 第三节 质量成本的计划与控制 第四节 质量成本的合理构成 第五节 质量成本管理应用的发展第十二章 服务质量管理 第一节 服务的定义、特征和分类 第二节 服务质量及其形成模式 第三节 服务质量的测量 第四节 服务质量体系 第五节 服务过程质量管理第十三章 顾客满意理论 第一节 顾客满意质量理念及其意义 第二节 顾客需求分析 第三节 顾客满意指数 第四节 中国顾客满意指数（CCSI）介绍 第五节 顾客满意度的测评第十四章 卓越绩效评价准则介绍 第一节 概述 第二节 卓越绩效评价准则第十五章 与质量管理有关的其他管理体系 第一节 环境管理体系 第二节 职业健康安全管理体系（OHSMS） 第三节 其他管理体系 第四节 一体化管理体系的概念参考文献

## 章节摘录

消费者的生理需求除维持自身生存的需要外，还包括对消费质量的要求、对优质环境的要求等，主要反映消费者权利保障的程度。

消费者的心理需求是消费者对精神享受的需求，对自我表现、自身发展的需求，以及对社会交往的需求等，主要反映消费者利益满足的程度。

在市场经济条件下，消费者对商品和服务的需求能否在等价交换的前提下，通过货币支付顺利地实现，是消费者权益的重要体现。

由于消费者的需求不被满足，因而其权益受损，主要有三方面的表现。

(1) 数量不足，即满足消费者各种需求的商品和服务的供给不足。

市场供应不足，供给缺口使消费者对商品和服务的选择受到了影响，即使得到了商品或服务，消费者需求的满足仍是不充分、不自由的。

消费者的权益得不到最基本的保障。

(2) 质量不符合要求。

产品或服务的质量直接关系到消费者的利益。

质量低劣，不仅给消费者带来经济上的损失、精神上的烦恼，有时还会威胁到消费者的健康和安全。

(3) 虚假满足。

商品或服务的品种、功能、结构不符合消费者的实际需要或偏好，但又没有充分的、自由的选择余地。

此时，供应数量上的满足并不代表消费者真正的需求得到了满足，消费者的实际权益仍然受到了损害。

当前，随着我国经济体制改革的逐步深入，消费者需求的满足程度不断提高，绝大多数商品市场饱和，处于供过于求或供求平衡的状态，买方市场已经形成。

因此，如何保证和提高商品或服务的质量，满足广大消费者日益增长且多样化的需要，已是当前保障消费者合法权益的紧迫问题。

为了维护消费者的合法权益，推动和健全市场经济体制，国家市场立法逐步完善，《反不正当竞争法》、《产品质量法》、《消费者权益保护法》等法律、法规相继颁布，为维护消费者权益提供了法律保障。



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>