

<<全面质量教育>>

图书基本信息

书名：<<全面质量教育>>

13位ISBN编号：9787561742440

10位ISBN编号：7561742444

出版时间：2005-6

出版时间：华东师大出版社

作者：撒丽斯

页数：175

译者：何瑞薇

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>

<<全面质量教育>>

内容概要

《全面质量教育》是国内第一本翻译全面质量教育的经典之作，其内容涵盖质量运动的背景、质量概念、教育情境中的全面质量管理、质量模式与标准，以及在教育情境中实施全面质量管理所应注重的组织、领导、团队工作、预算、方法与技术和质量策略等章节，并于文后检附一自我评量表，有助于国内学校于实施全面质量管理成效之自我检视。

<<全面质量教育>>

书籍目录

作别“罐装”走近真实(代总序) / 1 推荐序 / 1 序 言 / 1 第一章 质量运动的背景 / 1 质量的启示 / 1 质量只是另一个倡议吗? / 2 质量四要 / 4 质量运动的起源 / 6 戴明、舒华特与都兰的贡献 / 8 近来对质量关注的提升 / 10 教育中的质量运动 / 12 第二章 质量的概念 / 15 质量的想法 / 15 质量控制、质量保证与全面质量 / 22 教育的“产品” / 24 服务质量 / 26 教育与其顾客 / 28 第三章 教育情境中的全面质量管理 / 32 全面质量管理——一些错误观念 / 32 不断改进 / 34 改善 / 35 文化的转变 / 35 倒三角形的组织 / 36 接近顾客 / 37 学习的质量 / 40 引进全面质量管理时必须克服的障碍 / 42 第四章 质量模式——戴明、都兰与克罗斯比 / 45 戴明的质量哲学 / 46 质量失败 / 50 都兰的管理计划 / 52 克罗斯比的质量十四步骤 / 54 第五章 ISO9000与其他质量标准 / 60 什么是ISO9000系列认证? / 60 ISO9000系列认证中的哲学 / 62 ISO9000能保障质量吗? / 62 审查质量系统 / 63 把ISO9000系列认证应用到教育上 / 64 ISO9000与全面质量管理的关系 / 66 其他质量标志 / 69 全面质量管理的指导方针: BS7850 / 69 投资人标准(英国) / 70 戴明奖(日本) / 73 马康姆·包德理治奖(美国) / 75 欧洲质量奖(欧盟) / 78 公民特许权(英国) / 80 选择一个外部的质量标准 / 81 第六章 组织上的考量 / 83 组织生命周期理论 / 83 传统组织与全面质量管理组织 / 85 简洁的形式与简单的结构 / 86 第七章 教育领导质量 / 91 教育领导者 / 91 第八章 追求质量的团队工作 / 97 团队工作在教育上的重要性 / 97 质量圈 / 104 第九章 结合质量和预算授权 / 107 预算授权和全面质量管理互相结合 / 107 预算授权如何协助质量改善 / 110 第十章 质量改善的方法与技术 / 114 基本策略及方法 / 114 质量机能展开 / 122 第十一章 质量策略规划 / 124 质量规划 / 124 策略质量管理 / 125 愿景、使命、价值标准与目标 / 126 市场研究 / 130 成败关键 / 132 策略计划 / 134 发展机构长期策略 / 135 商业计划与营运计划 / 136 质量政策与质量计划 / 136 质量的成本与利润 / 138 预防成本及失败成本 / 139 检测与评量 / 140 第十二章 质量架构 / 144 质量架构 / 144 质量系统的设计 / 159 架构应用 / 164 第十三章 自我质量评量表 / 166 自我评量 / 166 评量表的运用 / 168

<<全面质量教育>>

章节摘录

比起实际的产品，服务质量的特征更难定义。这是因为其中包括了许多重要的主观要素。对服务与产品而言，造成质量低劣的原因不尽相同。产品不合格，通常是因为原料与成分的缺陷。它们的设计可能有问题，或是没有依规格制造。从另一方面来说，低质量的服务通常可以直接归因于员工的行为或态度。通常是因为漠不关心，或是缺少礼貌。冷漠、缺乏训练或关怀通常是服务不佳的主要原因。当讨论教育质量时要牢记，服务质量的特性有不同的本质。

服务与生产在几个重要方面有所不同。进行服务跟制造物品有几个主要的差别。两者间第一个差别是，服务通常是提供者与最终使用者(end—user)间直接接触。服务直接由人对人进行。顾客跟提供服务的人之间有密切的关系。服务跟提供服务的人或是接受服务的人密不可分。每次互动都不一样，而互动的质量有部分是由客户决定。服务的质量是由提供服务的人跟接受服务的人共同决定。跟产品不同，提供服务没有绝对的一致性或同质性(consistency or homogeneity)，服务的一致性只能是一个范围。

p26 时间是服务质量的第二个重要因素。服务必须准时提供，这和其具体规格一样重要。此外，由于服务一提供就已被消费，因此用检验的方法来控制质量永远为时已晚。服务中密切的人际互动，提供了许多机会来进行回馈与评监。这些提供了主要——但不是惟一的方法，以了解客户是否满意。

第三个差别是，服务跟产品不同，因为它无法修改。糟糕的一餐就是糟糕的一餐，没有办法改变。因此很重要，服务的标准必须始终无误。矛盾的是，出现人为疏忽的可能性很高，使得达成第一次正确(the right first time)的标准分外困难。然而，这一点应该永远都是目标。

第四，服务要面对捉摸不定(intangibility)这个问题。通常我们很难对可能的顾客说清楚到底提供了什么。有时对顾客而言，要他们说出想要从服务中得到什么也一样困难。服务的重点大部分是过程，而非产品。通常如何达成结果，比结果如何更重要。

服务第五个不同的特征是服务通常由低层的员工直接提供给顾客。资深职员一般离顾客较远。大部分的顾客从来没机会接近高层主管。第一次互动的质量会影响顾客对整个组织的看法，而因此，组织必须想办法激励第一线的员工，永远提供最好的服务。训练与员工成长极为重要，就是为此。服务机构中，高层主管可能不在第一线服务，因此他们必须领导第一线，把他们对服务的看法，以及他们希望设定的标准传达给员工。

最后，服务中很难测量成功的产出和生产力。惟一有意义P27的表现指标是顾客满意。对成功的服务，还有顾客而言，模糊或“抽象”的测量指标通常跟具体而客观的表现指标一样重要。

<<全面质量教育>>

“抽象”的指标——关怀、礼貌、关系、友善和有帮助——在顾客的心中通常是最重要的。由于服务的模糊性，所以通常很难扭转顾客对不良服务的看法，因为有时很难让不满足的顾客相信服务已经在改进了。

消费者判断质量是藉由比较其所获得的与所期望者之间的差别而定。

对教育而言，大部分也是如此。

校誉对机构是否成功很重要，但是校誉的来源通常无法分析测量。

我们确实知道的，是校誉和对学生有多少关怀与关心有很密切的关系。

为了要分析质量，把教育视为服务事业而非生产过程，可能会比较恰当。

一旦这种看法确立，机构就需要清楚说明其提供的服务，还有依什么标准来提供这些服务。

要实现这一点，就必须结合所有顾客团体，包括跟主管机关、家长及企业直接讨论，或是透过当地教育与企业的合作关系(education business partnerships)。

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>