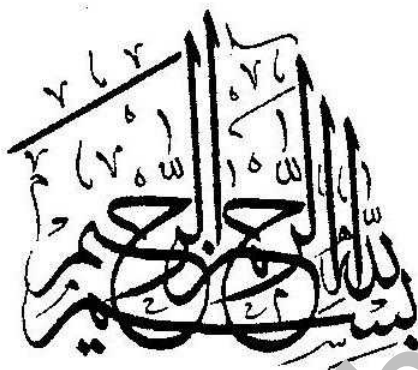




ابزارهای مدیریت کیفیت

مؤلفین:

دکتر سید احمد شیبثی

(عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تبریز)

سیده سولماز سجادی (کارشناس ارشد مدیریت)

سرشناسه	: شیت الحمدي، سيداحمد، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: ابزارهای مدیریت کیفیت مولفین احمد شیت الحمدي، سیده سولماز سجادی .
مشخصات نشر	: تهران انتشارات شریفزاده ۱۳۹۵ .
مشخصات ظاهری	: ۳۹۷ ص. مصور، جدول، نمودار .
شابک	: ۲۵۰۰۰۰ رایال 3۹۷۸-00-8481-600-
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
یادداشت	: واژه نامه .
موضوع	: کیفیت فراگیر -- مدیریت
موضوع	: Total quality management
شناسه افزوده	: سجادی، سیده سوماز، Sajadi, SeyedeSolmaz, ۱۳۶۵، مولف، کارشناس ارشد
	: /مدیریت، ۰۹۱۳۶۸۳۹۱۵۱
رده بندی کنگره	: ۳۱۳۹۵HD/۶۳/۱۵ش الف
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۳
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۳۷۹۰



عنوان کتاب : ابزارهای مدیریت کیفیت

مؤلفین

: سید احمد شیت الحمدي، سیده سولماز سجادی

ناشر

: شریفزاده

نوبت و سال چاپ : اول - ۱۳۹۵

تیراژ

: ۲۰۰

قیمت

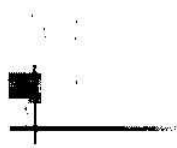
: ۲۵۰۰۰ تومان

شابک

: 978-600-8481-00-3

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران - خ انقلاب - رویروی سینما بهمن - جنب بانک صادرات - پ ۱۳۵۶ -
کتابفروشی محسن - تلفن ۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲



جهان در عصر حاضر با سرعتی وصف ناپذیر با چالش‌های جدی و جدیدی در عرصه‌های مختلف روبه‌رو بوده و می‌باشد و به تبع آن سازمانهای تجاری، صنعتی، فرهنگی و سیاسی نیز از این تحولات تأثیر پذیرفته و در تعیین یک برنامه درازمدت عملیاتی به منظور بقا در بازار رقابت و تحقق اهداف پیش‌بینی شده خود با نوعی سر درگمی و عدم قطعیت مواجه گردیده‌اند و با توجه به اینکه پیاده‌سازی سیستم‌های مدیریت کیفیت در بسیاری از موارد دچار مشکل بوده و حتی در برخی از موارد با شکست مواجه شده‌اند، آنچه در اینجا سعی اصلی در این زمینه می‌باشد این است که شرکت‌ها تنها به دنبال اخذ گواهینامه سیستم مدیریت کیفیت 'یزو ۹۰۰۱' می‌باشند تا اینکه تفکر سیستمی در سازمان‌ها ایجاد کنند.

این کتاب شامل ۸ فصل است که در بخش اول به ارائه مفاهیم می‌پردازد، بخش اول نگاهی کلی به سیستم‌های کیفیت و سپس سیگما دانسته به بخش دوم مبانی رویکرد مشتری مدار به کیفیت و ایزو ارائه گردیده است.

دکتر سید احمد شیبیت الحمیدی^۱ سید سولماز سجادی

بهار ۱۳۹۵

۹	فصل ۱: کیفیت چیست
۱۰	تعریف سیستم
۱۲	تعریف کیفیت
۱۲	سیستم مدیریت کیفیت
۱۵	استاندارد ایزو چیست
۱۷	ابعاد کیفیت
۱۸	رقابت دربعاد کیفیت
۱۹	عناصر کیفیت برآمده
۲۰	کنترل کیفیت امارات
۲۴	جنبشهای کیفیت در زمان
۲۷	حلقه‌های کنترل کیفیت
۳۱	فصل ۲: شش سیگما
۳۲	شش سیگما چیست
۳۴	تعاریف و فلسفه شش سیگما
۳۵	توجه آماری شش سیگما
۴۰	نجزیه و تحلیل نرخ شکست (FMEA)
۴۰	شش سیگما به عنوان یک اقدام اجرایی استراتژیک
۴۱	انتخاب معیار برای نقش‌های شش سیگما
۴۲	پنج عنصر چارچوب شش سیگما
۴۶	برنامه‌ی آموزشی و سیستم ارزیابی و اندازه‌گیری
۵۷	فرآیند DMAIC
۶۳	طراحی برای شش سیگما
۶۷	پیاپی سازی شش سیگما
۷۷	عناصر کلیدی شش سیگمای ناب
۸۱	فصل ۳: مدیریت ارتباط با مشتری
۸۲	مرحله تکامل مدیریت ارتباط با مشتری
۸۶	مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان راهبرد

۸۶	مدیریت ارتباط با مشتری به عنوان فناوری
۹۰	انواع سیستم های مدیریت ارتباط با مشتری
۹۱	مزایای مدیریت رابطه با مشتریان
۹۲	عوامل موفقیت پروژه های مدیریت ارتباط با مشتری
۹۸	فرایند مدیریت ارتباط
۱۰۸	بُعد مدیریت ارتباط با مشتری
۱۱۳	فصل ۴: ایزو
۱۱۴	استاندارد ایزو چیست
۱۱۵	اصول هشتگانه مدیریت کیفیت از دیدگاه دمیترگ
۱۱۷	آشنایی با سری استانداردهای ایزو ۹۰۰۰
۱۲۰	بندهای استاندارد ایزو ۹۰۰۱:۲۰۰۱
۱۲۲	سیستم مدیریت کیفیت
۱۳۹	ممیزی داخلی
۱۴۲	رابطه ساختار سازمانی با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۴۷	رابطه مدیریت با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۵۰	ارتباط پرسنل (تیروی انسانی) با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۵۴	ارتباط مشتری مداری با پیاده سازی ایزو ۹۰۰۱
۱۶۷	فصل ۵: مدل های کیفیت خدمات
۱۷۲	نظریات اعتماد
۱۷۳	عوامل ایجاد اعتماد و عدم اعتماد
۱۷۶	انواع اعتماد در سازمان
۱۷۷	دلایل ضرورت اعتماد در سازمان
۱۷۸	مزایای بکارگیری اعتماد برای سازمان
۱۷۹	فرایند برقراری اعتماد
۱۹۱	اعتماد مشتری
۲۰۳	کیفیت درک شده
۲۰۹	شاخص رضایت مشتری سوئد
۲۰۹	شاخص رضایت مشتری آمریکا
۲۱۰	شاخص رضایت مشتری سوئیس
۲۱۱	مدل شاخص رضایت مشتری اروپا

۲۳۵	استراتژی‌هایی برای ارائه خدمات با کیفیت به مشتریان
۲۳۷	برنامه مدیریت کیفیت خدمات
۲۴۲	فصل ۶: نگرش سیستماتیک به کیفیت
۲۴۴	تعریف مدیریت کیفیت جامع
۲۴۵	کیفیت و بهبود
۲۵۳	تیین خط مشی کیفیت
۲۵۳	اصول در تعهد به کیفیت
۲۵۴	بازنگری کیفیت
۲۵۵	فصل ۷: رویکرد مستری مدار به کیفیت
۲۵۶	خانه کیفیت
۲۵۶	مرحله تکمیل خانه کیفیت
۲۵۷	اولویت‌بندی نیازمندی‌ها
۲۵۹	ارزیابی رقبا با در نظر گرفتن الزامات فنی و مهندسی
۲۵۹	توسعه و بهبود خواسته‌ها و الزامات کیفیت مشتریان
۲۶۲	مقایسه قابل استخراج از خانه کیفیت
۲۶۵	منابع