

فهرست مطالب

مقدمه	۱
۱. کیفیت و مدیریت کیفیت جامع	۷
۱-۱ تعریف کیفیت	۹
۱-۲ هزینه کیفیت	۱۶
۱-۳ فلسفه مدیریت کیفیت	۲۰
۲. پیشینه و تاریخچه	۲۷
۲-۱ درک مدیریت کیفیت	۲۸
۲-۲ سیر تکامل مدیریت کیفیت جامع (TQM)	۲۹
۲-۳ توسعه تفکر کیفیت	۳۸
۲-۳-۱ عصر مهارت (تا ۱۹۰۰ میلادی)	۳۹
۲-۳-۲ استانداردها، تولید انبوه و تضمین کیفیت (۱۹۰۰-۱۹۳۰)	۴۰
۲-۳-۳ عصر کنترل کیفیت	۴۱
۲-۳-۴ عصر مدیریت کیفیت جامع (۱۹۵۰ تا ۱۹۷۰)	۴۳
۲-۳-۵ استانداردها و جوایز (۱۹۷۰ تا ۱۹۹۰)	۴۵
۲-۳-۶ نوآوری‌ها (۱۹۹۰ تا کنون)	۴۵
۲-۴ خلاصه	۴۵

۳. چرا مدیریت کیفیت؟ ۴۷
- ۳-۱ مقدمه ۴۸
- ۳-۲ عیب روش‌های سنتی در کجاست؟ ۴۸
- ۳-۲-۱ عدم وجود رهبری ۴۸
- ۳-۲-۲ تمرکز کوتاه مدت ۴۹
- ۳-۲-۳ عدم تمرکز بر مشتری ۵۰
- ۳-۲-۴ تعامل و موازنه بین هزینه و کیفیت ۵۱
- ۳-۲-۵ فقدان تفکر سیستمی ۵۲
- ۳-۲-۶ ذهنیت منابع انسانی ۵۳
- ۳-۳ منافع محسوس ۵۴
- ۳-۳-۱ هزینه کیفیت پایین ۵۵
- ۳-۳-۲ ضایعات ۶۲
- ۳-۴ منافع ناملموس ۶۴
- ۳-۴-۱ افزایش رضایت‌مندی مشتری ۶۶
- ۳-۴-۲ افزایش رضایت و انگیزش نیروی کار ۶۶
- ۳-۴-۳ اثر محیطی بهبودیافته ۶۶
- ۳-۵ خلاصه ۶۷
۴. سهم دکتر دلیو ادواردز دمینگ ۶۹
- ۴-۱ مقدمه ۷۰
- ۴-۲ چهارده اصل دمینگ ۷۱
- ۴-۳ بیماری‌های مرگبار ۷۶
- ۴-۴ سیستم دانش عمیق (SoPK) ۷۸
- ۴-۵ خلاصه ۸۰
۵. استانداردها و مدل‌ها ۸۱
- ۵-۱ چرا به استانداردها و مدل‌ها نیاز داریم؟ ۸۲
- ۵-۲ مجموعه استانداردهای ایزو ۹۰۰۰ ۸۲
- ۵-۲-۱ تاریخچه ۸۲
- ۵-۲-۲ چرا استاندارد ایزو ۹۰۰۰ را بکار می‌گیریم؟ ۸۳
- ۵-۲-۳ اصول و محتوای ایزو ۹۰۰۰ (نسخه سال ۲۰۰۸) ۸۵

۸۷	۵-۲-۴ فرآیند صدور گواهی
۸۷	۵-۲-۵ نقدی بر ایزو ۹۰۰۰
۸۹	۵-۲-۶ خلاصه‌ای از ایزو ۹۰۰۰
۹۰	۵-۳ مدل های کیفی خود ارزیابی
۹۱	۵-۳-۱ جایزه دمینگ
۹۲	۵-۳-۲ جایزه ملی کیفیت مالکوم بالدريج
۹۴	۵-۳-۳ جایزه بنیاد اروپایی تعالی کیفیت (EQA)
۱۰۰	۵-۳-۴ فرآیند خودارزیابی
۱۰۱	۵-۳-۵ منافع فرآیند خودارزیابی
۱۰۲	۵-۴ خلاصه
۱۰۳	۶. مشتریان
۱۰۴	۶-۱ مقدمه
۱۰۴	۶-۲ مشتریان و کیفیت: تصورات غلط
۱۱۱	۶-۳ مشتریان داخلی و خارجی
۱۱۲	۶-۴ گردآوری نیازمندی‌ها و تحلیل ارزش
۱۱۲	۶-۴-۱ ارزش مشتری
۱۱۳	۶-۴-۲ گردآوری نیازمندی‌ها
۱۱۴	۶-۴-۳ تبدیل نیازمندی‌ها به مشخصات طراحی
۱۱۵	۶-۵ خلاصه
۱۱۷	۷. مدیریت در مدیریت کیفیت جامع
۱۱۸	۷-۱ مقدمه
۱۱۸	۷-۱-۱ تصورات رایج در خصوص مدیریت
۱۲۰	۷-۲ اصول مدیریت در کیفیت
۱۲۰	۷-۲-۱ تجسم ارزش‌های کیفیت
۱۲۱	۷-۲-۲ خلق یک هدف واحد
۱۲۱	۷-۲-۳ تمرکز بر فرایند نه نتیجه
۱۲۲	۷-۲-۴ انگیزش در افراد
۱۲۴	۷-۲-۵ مشارکت و کنترل
۱۲۷	۷-۲-۶ یادگیری و آموزش

۱۲۸	۷-۲-۷ صداقت، شرافت و رویکرد بلندمدت
۱۲۹	۷-۲-۸ پذیرش تغییر و تفکر نظام‌مند
۱۳۰	۷-۳ تصمیم‌گیری مدیریت
۱۳۰	۷-۳-۱ مقدمه
۱۳۱	۷-۳-۲ تعصبات
۱۳۴	۷-۳-۳ استفاده مؤثر از داده‌های مدیریتی
۱۴۵	۷-۴ خلاصه

۸. مدیریت کیفیت استراتژیک ۱۴۷

۱۴۸	۸-۱ مقدمه
۱۴۸	۸-۲ چشم‌انداز، مأموریت، ارزش‌ها
۱۴۸	۸-۲-۱ چشم‌انداز
۱۴۹	۸-۲-۲ مأموریت
۱۵۰	۸-۲-۳ ارزش‌ها
۱۵۱	۸-۳ اهداف استراتژیک
۱۵۱	۸-۳-۱ بکارگیری اهداف استراتژیک: MBO، رویکرد سنتی
۱۵۴	۸-۳-۲ برنامه‌ریزی استراتژیک و اجرا:
۱۵۷	۸-۴ Hoshin Kanri
۱۵۷	۸-۴-۱ مقدمه
۱۵۷	۸-۴-۲ اصول برنامه‌ریزی Hoshin Kanri
۱۶۰	۸-۴-۳ فازهای برنامه‌ریزی Hoshin
۱۶۱	۸-۴-۴ مدیریت عملکرد متقابل
۱۶۲	۸-۴-۵ مزایای Hoshin kanri
۱۶۳	۸-۵ خلاصه

۹. فرایندها ۱۶۵

۱۶۶	۹-۱ مقدمه
۱۶۶	۹-۱-۱ تعریف فرایند
۱۶۷	۹-۱-۲ تولید بعنوان سیستم
۱۶۹	۹-۲ فرایندهای کسب و کار: واقعیت
۱۷۰	۹-۳ برنامه‌ریزی فرایند

۱۷۲	۹-۴ کنترل فرایند
۱۷۳	۹-۴-۱ پیشینه
۱۷۵	۹-۴-۲ دلایل رایج و خاص تغییرات
۱۷۸	۹-۴-۳ نمودارهای خطی
۱۷۸	۹-۴-۴ نمودارهای شوارت: کاربرد اصول علمی و اقتصادی
۱۸۰	۹-۴-۵ شرایط خارج از حدود کنترل
۱۸۳	۹-۴-۶ نکات مفید کنترل فرایند آماری
۱۸۳	۹-۵ قابلیت فرایند
۱۸۳	۹-۵-۱ درک قابلیت فرایند
۱۸۵	۹-۵-۲ قابلیت و رضایت مشتری
۱۸۹	۹-۶ مدیریت کاهش انحراف با استفاده از کنترل فرایند آماری
۱۸۹	۹-۶-۱ مقدمه
۱۹۰	۹-۶-۲ ۱۴ نکته
۱۹۰	۹-۶-۳ گروه سه گانه جوران
۱۹۲	۹-۶-۴ مسائل مربوط به افراد
۱۹۲	۹-۷ مزایای کنترل فرایند آماری
۱۹۳	۹-۸ خلاصه
۱۹۵	۱۰. مشارکت و منابع
۱۹۶	۱۰-۱ مقدمه
۱۹۶	۱۰-۲ مدل ارتباط "دوجانبه" تأمین کننده
۱۹۶	۱۰-۲-۱ فرضیات و منافع اولیه
۱۹۷	۱۰-۲-۲ معضلات مرتبط با مدل دوجانبه
۲۰۱	۱۰-۳ مدل مشارکت تأمین کننده
۲۰۳	۱۰-۳-۱ مزایای مشارکت
۲۰۳	۱۰-۴ مشارکت فراتر از زنجیره تأمین
۲۰۴	۱۰-۵ منابع
۲۰۴	۱۰-۶ خلاصه

۲۰۵	۱۱. افراد در مدیریت کیفیت
۲۰۶	۱۱-۱ مقدمه
۲۰۶	۱۱-۲ احترام به افراد
۲۰۷	۱۱-۳ توانمندسازی، انگیزش و مشارکت
۲۰۷	۱۱-۳-۱ انگیزش
۲۰۸	۱۱-۳-۲ مشارکت
۲۰۸	۱۱-۳-۳ توانمندسازی
۲۱۰	۱۱-۴ کار تیمی
۲۱۱	۱۱-۴-۱ ایجاد و هدایت تیمها
۲۱۲	۱۱-۴-۲ دواير کیفیت
۲۱۸	۱۱-۴-۳ تیمهای بهبود کیفیت
۲۲۰	۱۱-۵ توسعه افراد
۲۲۱	۱۱-۶ تشخیص و پاداش: ارزیابی عملکرد و پرداختهای مربوط به عملکرد
۲۲۲	۱۱-۶-۱ نمونه‌ای از ارزیابی عملکرد
۲۲۴	۱۱-۶-۲ استدلال‌هایی بر خلاف ارزیابی عملکرد
۲۳۱	۱۱-۶-۳ چگونه ارزیابی عملکرد بهتر انجام شود؟
۲۳۳	۱۱-۶-۴ به جای ارزیابی عملکرد چه کار کنیم؟
۲۳۷	۱۱-۷ خلاصه فصل
۲۳۹	۱۲. اخلاق و مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها
۲۴۰	۱۲-۱ مقدمه و مبانی مفهومی
۲۴۱	۱۲-۱-۱ مبانی مفهومی
۲۴۲	۱۲-۲ مدل‌های اخلاقی
۲۴۲	۱۲-۲-۱ خودپرستی
۲۴۳	۱۲-۲-۲ فرمالیسم
۲۴۳	۱۲-۲-۳ نسبیت‌گرایی
۲۴۴	۱۲-۲-۴ منفعت‌گرایی
۲۴۴	۱۲-۲-۵ اخلاق در عمل
۲۴۷	۱۲-۳ اخلاق و ارتباطات
۲۴۷	۱۲-۳-۱ مفهوم علل واحد
۲۴۸	۱۲-۳-۲ مفهوم علل چندگانه

۲۴۸ میزان آزادی	۱۲-۳-۳
۲۴۹ مسئولیت پذیری چندگانه	۱۲-۳-۴
۲۴۹ شانه خالی کردن از مسئولیت	۱۲-۳-۵
۲۵۰ ارتباطات	۱۲-۳-۶
۲۵۱ توانمندسازی	۱۲-۳-۷
۲۵۲ سازمان	۱۲-۳-۸
۲۵۲ نقش مدیر	۱۲-۳-۹
۲۵۳ مزایا و ریسک‌های رفتار اخلاقی	۱۲-۴
۲۵۳ مزایا	۱۲-۴-۱
۲۵۴ هزینه رفتار اخلاقی	۱۲-۴-۲
۲۵۵ ایجاد محیط اخلاقی	۱۲-۵
۲۵۶ مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان	۱۲-۶
۲۵۶ خلاصه	۱۲-۷
۲۵۷ ۱۳. یادگیری، تغییر و بهبود فرآیند	
۲۵۸ مقدمه	۱۳-۱
۲۵۸ بهبود فرآیند	۱۳-۲
۲۶۰ تمرکز بهبود	۱۳-۲-۱
۲۶۰ رویکرد بهبود	۱۳-۲-۲
۲۶۲ ضایعه و تغییر	۱۳-۲-۳
۲۶۲ تغییر و مدیریت تغییر	۱۳-۳
۲۶۳ جنبه شخصی	۱۳-۳-۱
۲۶۴ افراد	۱۳-۳-۲
۲۶۸ فرآیند	۱۳-۳-۳
۲۷۱ ابزار تغییر	۱۳-۳-۴
۲۷۲ یادگیری سازمانی	۱۳-۴
۲۷۲ مفهوم یادگیری سازمانی	۱۳-۴-۱
۲۷۳ چرخه یادگیری فردی	۱۳-۴-۲
۲۷۵ چرخه یادگیری سازمانی	۱۳-۴-۳
۲۷۶ مدل فرآیند یادگیری سازمانی (هوبر)	۱۳-۴-۴
۲۷۷ خلق سازمان یادگیرنده	۱۳-۴-۵
۲۷۹ خلاصه	۱۳-۵

۲۸۱	۱۴. کیفیت خدمات
۲۸۲	۱۴-۱ مقدمه
۲۸۲	۱۴-۲ ابعاد کیفیت خدمات
۲۸۴	۱۴-۳ اندازه‌گیری کیفیت خدمات
۲۸۶	۱۴-۴ شکاف‌های کیفیت خدمات
۲۸۷	۱۴-۵ ارائه کیفیت خدمات (خدمات باکیفیت)
۲۸۷	۱۴-۵-۱ سیستم‌ها و فرآیندها
۲۹۰	۱۴-۵-۲ افراد
۲۹۳	۱۴-۶ مطالعه موردی: مدیران و طراحی کیفیت خدمات در هتل
۲۹۳	۱۴-۶-۱ ادراک مهمان از کیفیت خدمات هتل گردشگری
۲۹۵	۱۴-۶-۲ شکاف کیفیت خدمات
۲۹۸	۱۴-۶-۳ اندازه‌گیری کیفیت خدمات و مدل SERVQUAL
۳۰۰	۱۴-۶-۴ الزامات مهارتی برای کارکنان خدمات
۳۰۲	۱۴-۶-۵ شیوه‌های مدیریت و کیفیت خدمات در هتل
۳۰۵	۱۴-۷ خلاصه و اهمیت
۳۰۷	۱۵. پیاده‌سازی مدیریت کیفیت
۳۰۸	۱۵-۱ مقدمه
۳۰۸	۱۵-۲ اراده- تأیید- توانایی
۳۰۹	۱۵-۳ آماده کردن سازمان برای ایجاد تحول
۳۱۰	۱۵-۳-۱ ایجاد تعهد مدیریت ارشد
۳۱۱	۱۵-۳-۲ تعریف دیدگاه، تکلیف، سنجش و اصول راهنما
۳۱۳	۱۵-۳-۳ تعامل گسترده‌تر در سطح سازمان
۳۱۴	۱۵-۴ اقدام برای رسیدن به تحول
۳۱۴	۱۵-۴-۱ ایجاد پروژه‌های بهبود
۳۱۶	۱۵-۴-۲ ابزارهای تغییر
۳۱۶	۱۵-۵ ارتباط، بررسی، تشخیص و احیا
۳۱۷	۱۵-۶ عوامل کلیدی موفقیت

۳۱۹	۱۶. ابزارهای کیفیت
۳۲۰	۱۶-۱ نمودارهای علت و معلول
۳۲۱	۱۶-۲ فلوجارت
۳۲۲	۱۶-۳ چک لیست
۳۲۳	۱۶-۴ نمودار کنترل
۳۲۴	۱۶-۵ نمودارهای پراکندگی
۳۲۵	۱۶-۶ تجزیه و تحلیل پارتو
۳۲۶	۱۶-۷ نمودار هیستوگرام
۳۲۶	۱۶-۸ طراحی محصول
۳۲۶	۱۶-۸-۱ گسترش عملکرد کیفیت QFD
۳۳۲	۱۶-۸-۲ قابلیت اطمینان
۳۳۴	۱۶-۹ مدیریت فرآیند
۳۳۵	۱۶-۱۰ مدیریت کیفیت تأمین کننده
۳۳۶	۱۶-۱۱ شکست TQM
۳۳۷	۱۶-۱۲ مدیریت عملیات در سازمان
۳۴۱	۱۶-۱۳ خلاصه
۳۴۳	منابع