

注册质量总监（CQD）研修班

产品名称	注册质量总监（CQD）研修班
公司名称	上海质远信息技术服务有限公司
价格	8000.00/人
规格参数	品牌:质量总监 型号:CQD
公司地址	上海市闵行顾戴路2568号银石大楼3号楼372室
联系电话	21-52961812/52961815 18356065425

产品详情

模块一：管理与环境——如何在变动的环境中创建竞争优势 管理的挑战

“管理革命”对现实的巨大影响：新的管理哲学应运而生

质量成为管理的主题：管理与质量，从此就像鱼儿离不开水

“自画像”：从“卦象”分析自己到底应具备什么样的管理技能、扮演什么样的角色 管理思想的演变为什么作为一名经理不能轻视管理理论的学习与研究？

焦点：古典管理方法与当代管理方法共同关心的问题，以及“解题思路”的异同

情景：中、西方管理者对待一件简单的小事上是否体现出不同的风格与文化“特色”？

全球化与环境、社会责任与伦理 挑战：管理的全球化对质量的冲击，必然挑战中国经理的“心智”

影响：变化莫测的企业经营环境已经真的让质量穿上“皇帝的新衣”了吗？

焦点：中国经理面临的什么样的“道德困境”？是否应该把“社会责任”打入冷宫？

模块二：零缺陷管理哲学——如何在不确定的时代确定质量零缺陷：新的商业哲学

演变：零缺陷思想与克劳士比先生的心路历程 焦点：传统的“质量智慧”与克劳士比的解决方案

情景：质量，对一家企业到底意味着什么？零缺陷管理思想的基本原则

开车：如何第一次就把正确的事情做正确？ 焦点：现代质量管理的“2个基本概念”

情景：如何用“完整性”质量大造中国企业的竞争优势 踏上零缺陷之路 目的：创建值得信赖的组织

焦点：克劳士比经典的“14步骤”与质量文化的创建 情景：中外企业的零缺陷管理实践

模块三：质量领导力——如何引领变革与创新的管理实践管理与领导

跨越：如何有效地完成“工程师”向“经理”的角色转化？

改善：如何应用情景领导的方法完善自己的“管理者自画像”？

影响：领导动力学是怎样对于团队的生产效率产生积极的作用的？领导与质量

“领导法则”：中国更需要管理者还是领导者？领导：领导者为什么必须先要从质量开始？

通则：掌握“精灵通则”与“四项基本原则”，是否可以有“理”走遍天下？

动机与激励、沟通与团队合作 推力与拉力：如何应用激励与需要理论设置管理的机制？

试试看：当员工具有“可控感”时是否可以提高工作质量？

沟通与合作：技巧好学，但有效地在组织间沟通质量却是另一回事，该怎么做？

关系管理智慧：如何透过“资讯网络”发现“情感网络”里的“地下领导者”？ 模块四：质量战略制订和实施——如何用“质量价值曲线”为绩效改进指引方向让质量成为一种竞争优势

因果框架：如何建立质量、生产力和盈利能力之间的逻辑关系？

质量免费原理图：“克劳士比成本曲线”如何颠覆传统的“质量成本曲线”？

“质量价值曲线”：一种全新的质量战略思考模式 质量战略规划

质量战略目标：如何与公司的使命、远景以及其他一些影响战略的关键因素进行整合？

战略思考流程：如何用麦肯锡的“七步法”制定质量战略规划？

现实情境：ABC公司的质量战略规划是否有效？ 质量战略实施

价值经营：质量改进过程为什么一定要基于价值管理？

PONC表盘：不符合要求的代价（PONC）是管理质量的有效工具

文化变革：战略执行的关键是执行文化/质量文化的产生，新的习惯的产生 模块五：Crosby企业质量文化变革管理——我们能够帮助我们的客户在环境的不断变化中把握企业需要经历的复杂变化。

世界新经济发展引起的企业文化变革 如何建立企业变革管理的整体框架

企业未来的转型策略必须在确认自身战略目标的基础上

对组织架构、业务流程、以及业绩评估三个元素进行整合

并取得信息技术的充分配合与支持，才能全面提升管理水平。 如何建立Crosby企业质量文化变革的框架，

创造卓越绩效 Crosby企业风险模型”设计企业内部管理及风险控制体系来全面减少企业的经营风险

业务流程重组精简机构，明确职责 风险管理和控制 质量持续改进 降低成本 消灭官僚主义

信息技术支持和提高流程效率 绩效评估推动经营战略和业务流程的实现

两弹一星:企业质量文化变革的模型和管理工具 质量文化变革之诊断评价模型：质量经营成熟度模型

质量文化变革之解决方案模型：3P模型 质量文化变革过程管理QIPM十四步骤 模块六：创建以客户

为中心的文化——客户服务和研发设计领域，如何打造质量竞争力,提升客户忠诚度

领导组织变革的人必须要学会从客户的角度去思考问题, 一个企业的质量来自于对客户的关注之中，建立

一个以客户为中心的组织才是获得质量的前提。怎样才可以取得最佳效果，在客户服务和研发设计领域

，如何打造质量竞争力,提升客户忠诚度，本课程提供实战案例及实用工具,可即学即用. 定义产品

我们做什么? 将知识服务定义为有形产品 细分客户 我们为谁做? 识别客户, 按角色区分客户

定义客户期望 他们想要什么? 确定客户最大的期望值 测量服务质量

他们想要什么?以及为什么?怎么改进他们的满意度? 确定客户最大的期望值 质量与创新

如何改进他们的绩效? 描述并测量, 产品创造和交货过程 变革实施 我们怎样实现文化转变?

对行为及结果予以模式化, 测量并奖励, 这些结果支持着这些步骤及以客户为中心的价值观念

模块七：供应商战略管理——如何在不确定的环境下建立战略联盟 供应商战略管理

零缺陷管理：改变观念，建立协作氛围，供应商战略管理的灵魂

战略采购：管干分离，找到高品质低成本的供应商，供应商战略管理的骨架

精益六西格玛：达成与供应商战略联盟持续改进的方法集 供应商关系管理 供应商管理四个基本原则

核心供应商满意度的维护与改进 建立差异化的供应商战略联盟 供应商认证与动态绩效管理

模块八：培训和能力开发——如何提升与强化组织的以及个人的职业竞争优势

为什么教育与培训是有区别的？ 经理人的“三种技能” 开发：管理能力是可以培养出来的吗？

转化：如何将知识转化为能力、将能力转化为结果？

区别：对于经理人员，区别教育与培训是否有意义？ 如何与组织的战略计划和经营需要相结合？

培训“能做的”和“不能做的” 组织能力提升的CT模式——如何实现” 绩效三级跳”

个人能力提升的ST模式——细品” 中国茶道” 如何提供培训并评估培训效果？

焦点：为什么要分析培训需求？ 培训课程、资料开发时要注意什么？

如何选择合适的培训方法？ 如何选择合适的内部培训讲师？ 基于培训需求：是否符合预期的需求？

基于“行动作业”：是否符合和有效地支持预设的行动计划？ 培训周期：5天 培训费用：¥8000元/人

(含资料、讲义、结业证书、合影、课间水果、午餐等) 认证费用：¥1800元/人（参加认证考试的学员

须交纳此费用，不参加认证考试的学员无须交纳此费用）。凡希望参加认证的学员，在培训结束后参加

认证

考试并合

格者，颁发“美国

认证协会注册质量总监职业资格证书。（美国认证协会官方网址：<http://www.amcertinst.org.cn>）