

<<2008版ISO9001标准解析与应用>>

图书基本信息

书名：<<2008版ISO9001标准解析与应用>>

13位ISBN编号：9787506652551

10位ISBN编号：7506652552

出版时间：2009-6

出版时间：中国标准出版社

作者：嵇国光，赵菁，龚春香 编著

页数：385

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>

## <<2008版ISO9001标准解析与应用>>

### 内容概要

本书是在《2000版ISO9000族标准培训教材》基础上，按照2008版ISO9001标准修订而成。

本书充分体现2008版ISO9001标准的一些变化和特点，注重对标准系统、完整的阐述，注重可扩展性和可操作，注重理论与应用的结合，使读者更好的理解、掌握与使用ISO9001标准。

## 作者简介

嵇国光先生，1984年开始专业从事全面质量管理(TQM)工作，1985年起担任某国营大企业企管办主任，1990年至1994年在某局负责全省范围TQM、现代化管理和现场管理推行工作，1995年起专业从事管理咨询和培训工作，是第一批获得国家注册的高级审核员，曾入选“中国管理咨询专家500名”。

从1995年至2008年12月底，经其成功咨询的客户已达186家，咨询领域涉及目标和绩效管理、集团化管理、“三维”管理、管理体系等。

嵇国光先生现为浙江省中小企业创业辅导中心主任、久盛企业管理咨询公司总经理，IRCA国际注册首席审核员，CNAT注册高级咨询师，中企联注册高级管理咨询师。

嵇国光先生先后编著出版了14本企业管理专著，并在省级以上刊物发表管理论文75篇。

嵇国光先生的专业擅长包括：战略和目标管理、绩效管理、管理体系、流程再造和管理、现场管理和现场改善等。

书籍目录

第一篇 ISO 9000族标准概论 第1章 组织贯标认证的初始动机 第2章 组织贯标认证的意义 第3章 ISO 9000族标准的产生和发展 第4章 2008版ISO 9000族标准修订介绍 第5章 2008版ISO 9000族标准特点  
第二篇 ISO 9000标准解析 第6章 概述 第7章 质量管理八项原则 第8章 质量管理体系基础 第9章 主要术语介绍 第10章 概念图介绍  
第三篇 ISO 9001标准解析 第11章 概述 第12章 范围 第13章 PDCA循环 第14章 质量管理体系 第15章 管理职责 第16章 资源管理 第17章 产品实现 第18章 测量、分析和改进 第19章 ISO 9001标准要求归纳  
第四篇 组织ISO 9001标准质量管理体系有效建立与认证咨询 第20章 组织贯标认证成功的关键 第21章 组织获证后质量管理体系的保持与提高 第22章 ISO 9001标准质量管理体系认证咨询过程和要点

章节摘录

第一篇 ISO9000族标准概论第1章组织贯标认证的初始动机有人会问：贯彻ISO9001标准，通过ISO9001认证对组织来说究竟有多大意义呢？

要回答该问题，首先让我们剖析一下许多组织申请ISO9001认证的初始动机。

组织申请认证的初始动机，归纳起来，约有六种：（1）顾客（合同）要求迫于顾客（合同）压力和要求，为能接单或保持关系而申请认证。

如已通过ISO / TS16949认证的企业，对其供应商的最低要求是通过ISO9001认证。

（2）内部管理需要近几年来，一些企业，特别是一些民营企业，规模迅速壮大。

在现代日趋规范、激烈的市场竞争中，其原有的作坊式的、经验式的管理的内在缺陷越来越明显、突出。

这些企业为提高市场竞争力、保持组织发展后劲而贯标认证。

在激烈的成熟的市场竞争中，组织的生存发展，其竞争力来自何处？

来自于机制、市场、管理。

随着改革开放的深入，组织机制在趋同；市场对所有人来说也是“阳光普照，一视同仁”的。

当前两者无甚差别时，竞争力便要看管理了。

尤其在微利时代，在经济危机不断加深的经济环境中，企业的管理越发显得重要。

（3）周边压力结果由于同行业、同地区的组织已取证，自己如再不取证，在市场竞争中就慢了一拍、输了一招。

为扭转这种被动局面而申请认证。

（4）市场营销需要

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>