

Cuprins

Cuvânt-înainte.....	9
Capitolul 1	
Definirea conceptului de calitate	11
1.1. Definirea calității din perspectiva transcendentă.....	13
1.2. Definirea calității bazată pe produs.....	13
1.3. Definirea calității bazată pe utilizator sau consumator.....	14
Capitolul 2	
Evoluția conceptului de calitate	21
Capitolul 3	
Personalități marcante în domeniul calității	31
3.1. Filosofia calității a lui W.E. Deming.....	31
3.2. Filosofia calității a lui Joseph M. Juran	34
3.3. Filosofia calității a lui Philip Crosby.....	35
3.4. Filosofia calității a lui Armand V. Feigenbaum	37
3.5. Filosofia calității a lui Kaoru Ishikawa	39
Capitolul 4	
metode și tehnici de îmbunătățire continuă a calității	41
4.1. Îmbunătățirea continuă a sistemului de management al calității.....	41
4.2. Implementarea 5S.....	51
4.3. Metoda Six Sigma.....	56
Capitolul 5	
Sistemul de Management al Calității	63
5.1. Conceptul de Sistem de Management al Calității (SMC).....	63
5.2. Standardele din domeniul calității	64
5.3. Elementele componente ale sistemului de management al calității.....	65
5.4. Responsabilitatea managementului de la cel mai înalt nivel	66
5.5. Managementul resurselor	67
5.6. Realizarea produsului	67
5.7. Principiile managementului calității	68
5.8. Compatibilitate cu alte sisteme de management	70
5.9. Sisteme de management al calității – cerințe	70
5.10. Politica și obiectivele calității	73
5.11. Manualul calității	73
5.12. Cuprinsul manualului	74

5.13. Procedura	75
5.14. Exemplu practic pentru o procedură de proces	76
5.15. Alte documente ale sistemului de management al calității	78

Capitolul 6

Strategia și managementul strategiei al organizației	81
6.1. Strategia organizației	81
6.2. Conceptul de strategie	81
6.3. Componentele strategiei	83
6.4. Determinanții interni contextuali (exogeni) ai strategiei	93
6.5. Determinanții interni (endogeni) ai strategiei	94
6.6. Deținătorii de interese și strategia organizației	97
6.7. Implicarea deținătorilor de interese în realizarea cu succes a strategiei organizației	98

Capitolul 7

Managementul strategic organizațional	101
7.1. Managementul strategic al organizației	101
7.1.1. Definirea managementului strategic	101
7.1.2. Procesul managementului strategic	104
7.1.3. Avantaje ale managementului strategic	105
7.1.4. Limite ale managementului strategic	107

Capitolul 8

Modelarea managerială	109
8.1. Modele de management strategic	109
8.1.1. Modelul Hofer și Schendel	109
8.1.2. Modelul Pearce II și Robinson	111
8.1.3. Modelul LCAG al școlii de la Harvard	112
8.1.4. Modelul Andrews	114
8.1.5. Modelul Nicolescu	115

Capitolul 9

Inovarea	119
9.1. Conceptul de inovare	119
9.2. Tipologia inovării	121

Capitolul 10

Sistemul de management al inovării	127
10.1. Istorie de succes	127
10.2. Modele pentru sistemul de management al inovării	130
10.3. Principiile de bază ale managementului inovării	134
10.4. Managementul inovării și antreprenariatul	136

Capitolul 11

Creativitatea și inovarea	139
11.1. Creativitate și inovare	139
11.1.1. Definirea creativității și a inovării	139
11.1.2. Factorii care influențează inovarea industrială	140
11.1.3. Tipuri de inovare industrială	143

11.2. Tehnici de creativitate și inovare.....	147
11.2.1. Metode intuitive	148
11.2.1.1. Metoda Brainstorming (asaltul de idei).....	148
11.2.1.2. Metoda Delphi	149
11.2.1.3. Sinectica – Metoda Gordon.....	150
11.2.1.4. Reuniunea Phillips 66	151
11.2.1.5. Discuția în Panel	152
11.2.1.6. Brainwriting sau 6.3.5.....	152
11.2.2. Metode analitice	153
11.2.2.1. Metoda listelor de control	153
11.2.3. Metode de lucru asociative.....	156
11.2.4. Metode de asociere forțată a ideilor	156
11.2.4.1. Metode de asociere liberă a ideilor	157
11.2.5. Metode fundamentale de concepție	160
11.2.5.1. Gândirea colaterală.....	160
11.2.5.2. Gestalt sau semantica generală.....	161
11.2.5.3. Metoda notării ideilor din timpul somnului	161
11.2.5.4. Gândirea Zen și Satori	161
Capitolul 12	
Procesul Cercetare – Dezvoltare – Inovare	163
12.1. Procesul de cercetare-dezvoltare și inovare, fluxul activităților de management	163
12.2. Cercetare și dezvoltare (R&D).....	166
12.2.1. Noțiuni introductive	166
12.2.2. Interfața R&D - marketing.....	170
12.2.3. Fazele de realizare a unui produs nou	173
12.2.4. Evaluarea și costurile activităților R&D.....	175
12.2.4.1. Evaluarea generală a activității serviciilor de cercetare-dezvoltare	175
12.2.4.2. Calculul rentabilității activității de R&D	176
12.2.4.3. Finanțarea cercetării	178
12.2.4.4. Concluzii.....	182
Bibliografie	185
Lista figuri și tabele	199