

S A D R Ź A J:

1. UVOD	4
2. RAZVOJ KVALITETA PO REGIONIMA.....	5
2.1 Japan	5
2.2 Amerika.....	6
2.3 Evropa (Evropska unija)	7
3. OSNOVNE KARKATERISTIKE SAVREMENOG KONCEPTA KVALITETA.....	8
4. NOVI KONCEPT KVALITETA.....	9
4.1 Definicije kvaliteta.....	9
4.2 Aspekti kvaliteta	11
4.2.1 Marketinški aspekt kvaliteta	11
4.2.2 Poslovni aspekt kvaliteta.....	12
4.2.3 Društveni aspekt kvaliteta.....	13
4.2.4 Prioriteti kod unapređenja kvaliteta	14
4.3 Odnos prema kvalitetu	15
4.4 Evolucija menadžmenta kvaliteta	17
4.4.1 Definicija proizvoda.....	17
4.4.2 Definicija procesa	18
4.5 TQM modeli.....	19
4.5.1 Elementarni model TQM	20
4.6 Učitelji (gurui) kvaliteta i njihovi modeli TQM-a	21
4.6.1 Deming.....	21
4.6.2 Juran.....	23
4.6.3 Crosby	25
4.7 Evolucija kvaliteta menadžmenta	26
4.7.1 TQM filozofija	26
4.7.2 TQM procesi u organizaciji	28
4.7.3 Struktura TQM.....	29

5. LIDERSTVO ZA TQM	30
5.1 Odgovornost za TQM	30
5.2 Poslovna etika i moral.....	31
5.3 TQM menadžment stil	31
5.3.1 Tranzicija kulture menadžmenta	31
5.3.2 Anticipativnost.....	32
5.3.3 Komunikativnost i participativnost.....	32
5.3.4 Sistematska i inovativna orijentacija.....	32
5.4 Ključne marketinške aktivnosti marketing strategije.....	33
5.5 Značenje kvaliteta	33
6. REZULTATI ORGANIZACIJE.....	34
6.1 Zadovoljenje kupaca	34
6.2 Lojalnost kupaca	34
6.3 Motivacija i zadovoljenje zaposlenih.....	35
7. PRAKSA-USPJESI TQM-a.....	36
7.1 Nelson Nameplate Company	36
7.2 Federal Express Corporation.....	38
7.3 Xerox Corporation	39
7.4 IBM.....	41
8. ZAKLJUČAK	43
9. LITERATURA	44