

高纲 4392

江苏省高等教育自学考试大纲

14932 质量管理学

南京财经大学编（2025 年）

I 课程的性质及其设置的目的和要求

一、课程的性质、地位与任务

《质量管理学》是江苏省高等教育自学考试质量管理工程专业（专升本）中一门重要的专业基础课程。本课程围绕现代组织的质量管理活动，系统阐述了质量管理学的基本理论、核心方法与体系。课程内容既包括质量的基本概念、发展历史、全面质量管理等基础理论知识，也涵盖了卓越绩效模式、六西格玛管理等先进的管理哲学与推行实务。同时，课程聚焦于解决实际问题，详细讲解了质量经济性分析、统计过程控制、抽样检验技术、质量功能展开以及多种常用质量管理工具的应用。通过本课程的学习，使考生了解质量在组织竞争中的核心战略地位，领会现代质量管理的系统化运作模式，掌握进行质量策划、控制、保证和改进的系列方法。本课程旨在引导考生将理论知识与实践相结合，培养其运用科学方法创造性地分析与解决企业质量问题的能力，为后续相关专业课程的学习以及未来从事质量管理相关工作打下坚实的理论与实践基础。

二、本课程的基本要求

本课程共分三大部分：第一部分为质量管理理论，包括质量的概念、质量管理的发展、基本原则与基础工作、顾客满意度以及全面质量管理等；第二部分为质量管理的核心工具与技术，包括质量经济性分析、质量管理常用工具、设计质量管理、统计过程控制、质量检验与抽样技术等；第三部分为现代质量管理哲学与体系，具体阐述卓越绩效管理模式与六西格玛管理等。通过本课程的学习，要求考生：

1. 系统地掌握质量管理学的基本概念、核心理论与常用术语。能够准确理解质量、全面质量管理、过程能力、六西格玛等基本概念，这是本课程的基础内容。

2. 具备将质量管理理论与方法融入实践案例进行分析的初步能力。能够运用控制图、质量成本分析、抽样检验方案等工具对组织的质量问题进行诊断与分析，对质量管理体系的构成有系统的了解。

3. 熟练掌握现代质量管理的主要工具与方法。能够从提升组织绩效和顾客满意的角
度，解释说明各项质量管理工具和管理模式的功能与应用场景。

II 课程内容与考核目标

第一章 质量管理概论

一、课程内容

本章首先阐述了质量的定义及其演变过程，介绍了与质量相关的核心术语，如特性、要求、过程、产品等，并分类讲解了不同产品的质量特性。接着，通过朱兰质量螺旋曲线和质量环模型，揭示了产品质量的形成过程，并引入了朱兰的质量管理三部曲（质量策划、质量控制和质量改进）以及质量管理、质量方针、质量控制、质量保证、质量管理体系等重要管理概念。本章还回顾了质量管理发展的四个阶段：质量检验阶段、统计质量控制阶段、全面质量管理阶段和质量治理阶段。然后，系统介绍了成功实施质量管理所需的五项基础工作和七项基本原则。最后，概述了国际上最具影响力的三大质量奖：美国马尔科姆·鲍德里奇国家质量奖、欧洲质量奖和日本戴明奖。

二、学习要求

了解质量管理发展的历史脉络、质量形成的基本过程以及国际三大质量奖的基本情况。熟悉质量管理的基础工作、基本原则和相关核心术语。掌握质量、质量管理、质量控制、质量保证等基本概念，能够理解全面质量管理的核心思想。

三、考核知识点与考核要求

（一）质量及其特性

识记：①质量及其相关术语；②质量特性的分类。

领会：①质量特性及其示例；②质量内涵的外延。

（二）质量形成过程

识记：①质量环。

领会：①朱兰质量螺旋曲线及其核心理念；②朱兰质量管理三部曲及其关系。

应用：①朱兰质量管理三部曲分析案例。

（三）质量管理及相关术语

识记：①质量管理定义；②质量方针定义；③质量目标定义；④质量策划定义；⑤质量改进定义；⑥质量控制定义；⑦质量保证定义；⑧质量管理体系定义。

领会：①质量控制与质量保证关系。

（四）质量管理发展史

识记：①质量治理阶段；②质量管理百年历程表重要事件。

领会：①质量检验阶段特点、主要方法和局限性；②统计质量控制阶段特点、主要方法和局限性；③全面质量管理阶段特点、主要方法和局限性。

（五）质量管理的基础工作

识记：①质量教育工作；②标准化工作；③计量工作；④质量信息工作；⑤质量责任制。

（六）质量管理的基本原则

识记：①质量管理原则产生的背景与作用。

领会：①质量管理原则的内容。

（七）国际三大质量奖

识记：①欧洲质量奖及其“手段”与“结果”两大类评审标准；②戴明奖及其设立背景。

领会：①美国马尔科姆·鲍德里奇国家质量奖及其七项评定准则。

第二章 供应商质量管理（本章内容不作考核要求）

第三章 顾客满意度测评

一、课程内容

本章首先定义了顾客与顾客满意的基本概念，阐述了顾客满意的内涵取决于顾客期望（认知质量）与实际效果（感知质量）之间的比较，并介绍了由此形成的三种结果：顾客满意、顾客抱怨与顾客忠诚。接着，引入了狩野（Kano）模型，用以分析质量特性与顾客满意度之间的非线性关系，并将质量特性划分为三种类型。然后，本章重点讲解了顾客满意度的定量化描述——顾客满意度指数（CSI），并对比分析了国际上四个主流的 CSI 测评模型：瑞典的 SCSB、美国的 ACSI、欧洲的 ECSI 以及中国的 CCSI，探讨了各模型的结构特点与演进关系。最后，介绍了 CSI 测评的层次结构以及测评调查方案的设计，包括问卷的组成部分和以李克特量表为代表的测量技术。

二、学习要求

了解顾客满意度测评的基本流程和调查方案的设计要点。熟悉狩野（Kano）模型和国际主流的顾客满意度指数（CSI）模型。掌握顾客、顾客满意、顾客期望等核心概念，能够理解和阐述顾客满意的形成机理，并辨析不同 CSI 模型的结构差异。

三、考核知识点与考核要求

（一）顾客与顾客满意

识记：①顾客的含义；②顾客满意及其相关定义；③狩野（Kano）模型。

应用：①顾客满意狩野（Kano）模型分析案例。

（二）顾客满意度测评方法

识记：①顾客满意度指标；②顾客满意度指数测评的层次。

领会：①国内外顾客满意度指数测评模型的比较分析；②顾客满意度指数测评的调查方案。

应用：①顾客满意度指数测评调查方案及其问卷设计准则分析问题以及分辨问卷好坏。

第四章 全面质量管理

一、课程内容

本章首先阐述了全面质量管理（TQM）产生的背景、基本概念、核心思想与主要特点，重点介绍了其“三全一多样”等特征。接着，系统讲解了作为 TQM 科学工作程序的 PDCA 循环法，包括其四个阶段、八个步骤及四大特点。然后，本章详细介绍了推行 TQM 的两种重要组织形式与活动载体：质量管理小组（QC 小组）和 5S 活动。其中，对 QC 小组的阐述涵盖了其概念、特点、组建原则、活动程序、成果发表及评价奖励等内容。对 5S 活动的介绍则包括了整理、整顿、清扫、清洁、素养的定义、实施步骤和“红牌作战”“目视管理”等实用技巧，并结合了“红色标签活动”案例进行说明。

二、学习要求

通过本章的学习，全面掌握全面质量管理（TQM）的基本概念、特点和工作程序。了解质量管理小组（QC 小组）的组建方式与活动流程。系统了解 5S 活动的核心内容、实施步骤与技巧。能够理解和运用 PDCA 循环分析质量改进过程，并结合案例理解 5S 活动在现场管理中的具体应用。

三、考核知识点与考核要求

（一）全面质量管理概述

识记：①全面质量管理的背景。

领会：①全面质量管理的含义；②全面质量管理的特点。

（二）推行全面质量管理工作的程序

领会：①PDCA 循环的阶段；②PDCA 循环的步骤。

应用：①PDCA 循环的特点。

（三）QC 小组活动

识记：①QC 小组定义及如何建立。

领会：①QC 小组的概念与特点；②QC 小组的活动；③QC 小组的评价与奖励内容。

（四）5S 活动

识记：①5S 活动的实施。

领会：①5S 的含义和区别；②5S 实施的技巧。

应用：①5S 活动案例：整理月——红牌作战活动。

第五章 质量经济性分析

一、课程内容

本章主要介绍了衡量与评价质量水平的经济性方法。首先定义了质量成本的概念及其在企业成本体系中的特定内涵，然后详细阐述了其构成，重点讲解了运行质量成本的四个组成部分：预防成本、鉴定成本、内部损失成本和外部损失成本。本章还介绍了质量管理专家田口玄一的核心思想，即产品质量的好坏应用其出厂后给社会带来的经济损失来衡量。重点讲解了田口玄一对质量特性的分类（望目、望小、望大特性），并推导和解释了二次损失函数的基本形式、参数计算方法及其与传统合格/不合格观念的根本区别，旨在说明任何偏离目标值的波动都会产生质量损失。

二、学习要求

通过本章的学习，熟悉质量成本的构成，能够辨析不同类型的质量成本项目。理解田口质量损失函数的基本原理和核心思想，认识到将质量特性控制在目标值附近的重要性。要求能够理解并根据不同类型的质量特性，运用质量损失函数公式进行基本的经济损失分析。

三、考核知识点与考核要求

（一）质量成本

识记：①质量成本的基本概念；②质量成本的科目设置。

领会：①质量成本的构成。

（二）质量成本核算（本节内容不作考核要求）

（三）质量成本分析（本节内容不作考核要求）

（四）质量损失函数

识记：①质量损失函数。

领会：①质量特性的分类和类别判断。

第六章 卓越绩效管理模式

一、课程内容

本章首先介绍卓越绩效评价准则的由来、目的和意义，并讲述评价准则的结构和相互关系。然后，重点阐述了卓越绩效管理模式的基本理念和核心价值观，并对卓越绩效评价准则的评分系统进行了介绍。

二、学习要求

通过本章的学习，了解卓越绩效管理模式的概念以及卓越绩效评价准则的目的和意义，熟悉卓越绩效评价准则的结构和相互关系，以及其评分系统的要素，重点掌握卓越绩效管理模式的基本理念和核心价值观。

三、考核知识点与考核要求

（一）卓越绩效管理模式由来和发展

识记：①卓越绩效管理模式由来和发展。

（二）卓越绩效评价准则概述

识记：①标准制定的目的、意义和适用范围；②标准内容概要。

领会：①标准的结构及相互关系；②卓越绩效模式的基本理念。

（三）卓越绩效评价准则的评分系统与评分指南

识记：①卓越绩效评价准则的评分说明；②卓越绩效评价准则的评分指南。

领会：①卓越绩效评价准则的评分系统要素。

第七章 常用质量管理工具

一、课程内容

本章首先介绍了质量管理中必备的统计学基础知识，阐述了质量的变异性与统计规律性这一核心观点，区分了随机因素与异常因素，并讲解了正态分布、二项分布、泊松分布等常见概率分布模型的基本特征与应用场景。随后，本章系统介绍了在质量管理实践中被

广泛应用的工具，具体包括：用于识别关键少数和次要多数的排列图；用于系统化探寻问题原因的因果图（鱼刺图）；用于数据收集与整理的调查表；用于数据分类以揭示规律的分层法；用于展现数据分布状态的直方图；以及用于分析两个变量之间相关关系的散布图。每一项工具都涵盖了其基本概念、制作步骤、应用方法及结果判读。

二、学习要求

通过本章的学习，了解质量管理中基本的统计学概念，能够区分不同类型的数据和质量波动原因。熟悉质量管理常用工具的用途和适用范围。掌握并根据实际问题选择合适的工具进行数据整理与分析，并能对排列图、因果图、直方图等分析结果做出基本判读，以发现质量问题的关键所在。

三、考核知识点与考核要求

（一）质量控制中常用的统计学基础知识

识记：①质量数据的收集方法。

领会：①质量变异的描述；②质量管理中常见的概率分布；③中心极限定理；④一些有用的近似公式。

应用：①过程质量的统计推断与抽样分布。

（二）质量管理的常用工具

领会：①排列图；②因果图；③调查表；④分层法；⑤直方图；⑥散布图。

应用：①排列图、因果图分析案例。

第八章 设计质量管理

一、课程内容

本章主要介绍在产品的设计开发阶段应用的质量管理方法。本章先介绍了单指标正交试验设计，阐述了正交试验法的基本概念，包括试验指标、因素和水平，并介绍了规格化工具——正交表的格式与特点。接着，通过实例详细讲解了如何运用正交表安排多因素试验，以及如何对试验结果进行分析，重点介绍了直观、简便的极差分析法和更为精确的方差分析法，旨在高效地找出影响产品指标的最优参数组合。然后，本章还讲解了质量功能展开（QFD），介绍了这种以顾客为导向的源流管理理论。本章重点讲解了 QFD 的核心工具——质量屋（House of Quality）的构成，并系统地分步骤阐述了实施 QFD 的完整程序：

从顾客需求展开，到确定关键顾客需求，再到技术要求展开，建立核心的质量表，最后确定关键的输出质量特性。

二、学习要求

通过本章的学习，熟悉正交试验设计的基本原理和方法，能够根据试验目的选择合适的正交表安排试验。熟悉并运用极差分析法对试验结果进行处理，找出最优方案和影响因素的主次顺序。同时，掌握质量功能展开（QFD）的核心思想与实施流程，理解质量屋的完整结构，学习如何将模糊的顾客需求系统性地转化为明确、可测量的技术设计指标。

三、考核知识点与考核要求

（一）单指标正交试验设计

识记：①正交试验设计的基本概念。

领会：①正交表的构成；②用正交表安排试验。

（二）多指标正交试验设计（本节内容不作考核要求）

（三）水平不等的正交试验设计（本节内容不作考核要求）

（四）存在交互作用的正交试验设计（本节内容不作考核要求）

（五）QFD

识记：①QFD 的含义。

领会：①质量屋的构成；②QFD 的程序。

第九章 统计过程控制

一、课程内容

本章系统介绍了统计过程控制（SPC）的核心理论与应用。首先，本章阐述了过程能力分析，包括过程能力的概念、影响因素及其分析意义，并重点讲解了过程能力指数（Cp）和考虑过程偏移的修正过程能力指数（Cpk）的计算方法与判别标准，同时还引入了长期过程性能指数（Pp, Ppk）的概念。接着，本章深入讲解了控制图原理，阐明了其区分随机原因与异常原因的 3σ 统计学原理、控制图的基本构成（中心线、控制限）以及使用中可能出现的两类错误。然后，本章详细讲解了各类控制图的制作方法，通过具体案例分步骤演示了计量值控制图（ $\bar{X}$ -R 图、单值-移动极差图）和计数值控制图（如 P 图、np 图）在标准值给定与未给定两种情况下的计算与绘制。最后，系统介绍了判断过程是否处于统

计控制状态的准则，特别是点出界以及界内点排列不随机（如链、趋势等）的多种判异准则。

二、学习要求

通过本章的学习，熟悉过程能力和统计过程控制的基本概念与原理。要求能够掌握和熟练计算和评价过程能力指数 C_p 与 C_{pk} ，并理解其与产品不合格率的关系。能根据数据类型（计量值/计数值）和抽样方式选择合适的控制图，并能按照标准步骤计算控制限、绘制控制图。要求掌握并能够运用控制图的判稳和判异准则，对过程的稳定性进行分析与判断，找出过程中的异常波动。

三、考核知识点与考核要求

（一）统计过程控制概述

识记：①统计过程控制的主要内容。

领会：①统计过程控制的产生；②统计过程控制的主要作用。

（二）过程能力分析

识记：①过程能力调查内容。

领会：①过程能力及其计算和分析；②过程性能指数。

应用：①过程能力指数对实践问题进行分析；②计算过程不合格品率；③进行过程能力分析。

（三）控制图原理

识记：①控制图的作用。

领会：①控制图概述；②控制图的分类；③控制图的观测。

应用：①控制图的统计学原理分析案例。

（四）计量值控制图及其做法

识记：①计量值控制图控制界限及参数。

领会：①计量值控制图分类及其特点；②计量值控制图的做法。

（五）计数控制图

识记：①计数控制图概述。

领会：①计数控制图作图示例。

（六）分析用控制图和控制用控制图

识记：①分析用控制图和控制用控制图概述；②分析用控制图和控制用控制图的步骤。

领会：①分析用控制图和控制用控制图的案例。

第十章 质量检验及抽样技术

一、课程内容

本章首先概述了质量检验的基本定义、三大职能（把关、预防、报告）及不同分类方法。在此基础上，重点引入了抽样检验的概念、特点与分类。接着，本章深入讲解了评价抽样方案性能的核心工具——抽样检验特性（OC）曲线，阐述了其绘制原理，以及与之相关的生产者风险（ α ）和使用者风险（ β ）两大核心概念。然后，系统介绍了两种主要的计数型抽样检验方案体系：第一种是标准型抽样检验，它通过同时规定生产方风险质量（ p_0 ）和使用方风险质量（ p_1 ），为孤立批的检验提供双向质量保证。第二种是应用更广泛的调整型抽样检验，详细讲解了其核心概念接收质量限（AQL）、检验水平、抽样类型，以及正常、加严、放宽三种检验严格度之间的动态转移规则，并通过实例演示了如何查表检索具体的抽样方案。

二、学习要求

通过本章的学习，了解质量检验的基本职能和抽样检验的核心原理。要求能理解 OC 曲线的含义，并能辨析生产者风险与使用者风险。掌握标准型和调整型两类抽样方案的特点与适用场合。要求理解并能够根据不同的质量要求（如 p_0 、 p_1 或 AQL、检验水平），熟练查阅相应的抽样表，确定出正确的抽样方案（样本量 n 和合格判定数 Ac ），并能应用转移规则判断检验的严格度。

三、考核知识点与考核要求

（一）质量检验概述

识记：①质量检验的定义。

领会：①质量检验的主要职能；②质量检验的分类。

（二）抽样检验概述

识记：①抽样检验的内涵、特点、分类；②抽样检验常用术语；③常用抽样检验标准。

领会：①批质量的表示方法。

（三）抽样检验特性曲线

识记：①批产品质量的判断过程；②百分比抽样的不合理性。

领会：①抽样方案的接收概率；②抽样检验特性曲线——OC 曲线。

（四）计数标准型抽样方案

识记：①计数标准型抽样检验概述；②标准型抽样方案的构成。

领会：①标准型抽检步骤。

（五）计数调整型抽样检验

识记：①计数调整型抽样检验的概念和特点；②AQL 定义；③检验水平定义；④检验的严格度与转移规则；⑤复合 OC 曲线；⑥ASN 曲线。

领会：①计数调整型抽样类型；②计数调整型抽样方案的使用步骤。

（六）计量抽样检验

识记：①计量抽样检验的概念和特点；②计量调整型抽样检验标准 GB/T 6378.1 的使用。

领会：①不合格品率计量抽样检验的数理统计原理。

第十一章 六西格玛管理

一、课程内容

本章首先介绍了六西格玛管理法产生的背景及其在摩托罗拉、通用电气等公司的成功实践。接着，阐述了六西格玛管理与传统质量管理的关系，强调了其在“测量什么”和“怎样测量”上的独特性，并引入了“劣质成本（COPQ）冰山图”。然后，详细讲解了衡量六西格玛质量水平的三种核心指标：西格玛水平 Z、基于缺陷数据的 DPU/DPO/DPMO、以及基于产出率的 FTY/RTY。本章还系统介绍了推行六西格玛管理的专业化组织结构（OFSS），包括倡导者、黑带主管、黑带和绿带等关键角色的职责。最后，阐述了六西格玛管理的策划（PFSS）和改进（IFSS）两大核心流程，重点讲解了项目界定的程序以及 DMAIC（界定、测量、分析、改进、控制）改进循环的五三个阶段及其作用。

二、学习要求

通过本章的学习，全面掌握六西格玛管理的基本理念、组织结构和核心方法。了解六西格玛质量水平的三种测量指标及其计算方法。系统掌握 DMAIC 改进流程的五三个阶段及其在项目改进中的应用。能够理解和辨析六西格玛管理与传统质量管理的区别。

三、考核知识点与考核要求

（一）六西格玛管理概述

识记：①六西格玛管理的理念。

领会：①六西格玛管理法与传统质量管理方法的关系。

（二）六西格玛管理模式

识记：①六西格玛管理的组织。

领会：①六西格玛管理的策划。

应用：①衡量六西格玛质量水平的指标；②六西格玛改进。

第十二章 质量认证概述（本章内容不作考核要求）

第十三章 质量管理体系（本章内容不作考核要求）

III 有关说明与实施要求

为使本大纲的规定在个人自学、社会助学和考试命题中得到贯彻和落实，兹对有关问题作如下说明，并进而提出具体要求。

一、关于考核目标的说明

为使考试内容具体化和考试要求标准化，本大纲在列出课程内容和学习要求的基础上，对各章规定了考核目标，包括考核知识点和考核要求。明确考核目标，使考生能够进一步明确考试内容和要求，更有目的地系统学习教材；使社会助学者能够更全面地有针对性地进行辅导；使考试命题能够更加明确命题范围，更准确地安排试题的知识能力层次和难易度。

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、应用三个层次规定其应达到的能力层次要求。三个能力层次是递进等级关系。各能力层次的含义是：

识记：能知道有关的名词要点、概念、知识的意义，并能正确认识和表达，是较低层次的要求。

领会：在识记的基础上，能全面把握基本概念、基本原理、基本方法、能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系，是较高层次的要求。

应用：在领会的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法分析和解决有关的理论问题和实际问题。

二、关于自学教材

本课程使用教材为：《质量管理学》（第三版），宋明顺主编，科学出版社，2017年。

三、自学方法指导

本课程作为一门专业课程，综合性强、内容多、难度大，考生在自学过程中应该注意以下几点：

1. 学习前，应仔细阅读课程大纲的第一部分，了解课程的性质、地位和任务，熟悉课程的基本要求，使以后的学习紧紧围绕课程的基本要求。

2. 在阅读某一章教材内容前，应先认真阅读大纲中该章的考核知识点、自学要求和考核要求，注意对各知识点的能力层次要求，以便在阅读教材时做到心中有数。

3. 阅读教材时，应根据大纲要求，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每个知识点。对基本概念必须深刻理解，基本原理必须牢固掌握，在阅读中遇到个别细节问题不清楚，在不影响继续学习的前提下，可暂时搁置。

4. 学完教材的每一章节内容后，应认真完成教材中的习题和思考题，这一过程可有效地帮助考生理解、消化和巩固所学的知识，增加分析问题、解决问题的能力。

四、对社会助学的要求

1. 应熟知考试大纲对课程所提出的总的要求和各章的知识点。

2. 应掌握各知识点要求达到的层次，并深刻理解各知识点的考核要求。

3. 对考生进行辅导时，应以指定的教材为基础，以考试大纲为依据，不要随意增删内容，以免与考试大纲脱节。

4. 辅导时应对考生进行学习方法的指导，提倡考生“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动提出问题，依靠自己学懂”的学习方法。

5. 辅导时要注意基础、突出重点，要帮助考生对课程内容建立一个整体的概念，对考生提出的问题，应以启发引导为主。

6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题、分析问题、做出判断和解决问题。

7. 要使考生了解试题难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中都存在着不同难度的试题。

五、关于命题考试的若干要求

1. 本课程的命题考试，应根据本大纲所规定的考试内容和考试目标来确定考试内容和考核要求，不要任意扩大或缩小考试范围，提高或降低考核要求，考试命题是覆盖到各章，并适当突出重点章节，加大重点内容的覆盖密度。

2. 课程在考试试题中对不同能力层次要求的分数比例，一般为：识记占 20%，领会占 30%，应用占 50%。

3. 试题要合理安排难度结构。试题难易度可分为易、较易、较难、难四个等级。每份试卷中，不同难易度试题的分数比例，一般为易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。必须注意，试题的难易度与能力层次不是一个概念，在各能力层次中都会存在不同难度的问题，切勿混淆。

4. 本课程考试试卷中可能采用的题型有：单项选择题、判断改错题、名词解释题、简答题、计算题、案例分析题等。

5. 考试方式为闭卷、笔试，考试时间为 150 分钟。评分采用百分制，60 分为及格。考生只准携带 0.5 毫米黑色墨水的签字笔、铅笔、圆规、直尺、三角板、橡皮等必需的文具用品，可携带没有存贮功能的普通计算器。

附录 题型举例

一、单项选择题

1. 质量管理专家狩野纪昭把质量依据顾客的感受及满足顾客需求的程度分为理所当然质量、一元质量和（ ）

- A. 感知质量 B. 策划质量 C. 魅力质量 D. 忠诚质量

参考答案：C

二、判断改错题

1. 狩野模型中，魅力质量是指产品和服务应当具备的质量。

参考答案：✗，“魅力质量”应改为“理所当然质量”。

三、名词解释题

1. 魅力质量

参考答案：魅力质量是指产品所具备的、超越了顾客期望的、顾客没有想到的质量特性。

四、简答题

1. 简述质量管理发展阶段。

参考答案：①质量检验阶段；②统计质量控制阶段；③全面质量管理阶段；④质量治理阶段。

五、计算题

1. 某零件的强度的屈服界限设计要求为 4800-5200 千克/平方厘米，从 100 个样品中测得样本标准差为 62 千克/平方厘米，试求过程能力指数。

参考答案：

$C_p = (5200-4800)/(6*62) \approx 1.075$ ，过程能力指数为 1.075。

六、案例分析题

1. 案例：一家连锁酒店为了提升顾客体验，计划对客房进行升级。经过市场调研，他们考虑引入以下几项服务和设施：①确保客房内有稳定、高速的免费 Wi-Fi。②将房间内的普通烧水壶升级为知名的品牌电水壶。③在每间客房中安装一个全新的智能音箱，顾客可以通过语音控制灯光、窗帘，并查询天气和旅游信息。

问题：

（1）请运用狩野纪昭（Kano）的 Kano 模型，分析以上三项改进分别属于何种类型的质量特性。

参考答案：

①稳定、高速的免费 Wi-Fi 属于理所当然质量。

理由：在当今时代，对于商旅或休闲旅客而言，便捷的网络连接已成为住宿的基本需求和预期。提供此项服务不会让顾客感到特别惊喜，但如果缺失或质量不佳（如频繁断线、网速慢），则会引起顾客的强烈不满。

②将普通烧水壶升级为知名品牌电水壶属于一元质量。

理由：顾客满意度与这项特性的满足程度成正比关系。提供一个普通的烧水壶是基础，但如果升级为设计更好、烧水更快、更安全的知名品牌产品，顾客的满意度会随之提升。

③全新的智能音箱属于魅力质量。

理由：这是一项超出顾客普遍期望的、新颖的增值服务。顾客在预订酒店时通常不会想到房间里会有智能音箱，因此即使没有这项设施，他们也不会感到不满。但一旦体验到它带来的便利和乐趣，就会产生惊喜和愉悦感，极大地提升满意度和口碑，成为酒店的亮点。

（2）结合您的分析，向酒店管理者提出投资决策的优先顺序建议，并简述理由。

参考答案：

建议的投资优先顺序为：第一，确保 Wi-Fi；第二，升级电水壶；第三，安装智能音箱。

理由：酒店必须首先投入资源，确保 Wi-Fi 的全面覆盖和高质量运行。这是避免顾客负面评价、维持基本竞争力的底线。在保障了基本需求后，酒店应根据预算，通过提升如电水壶这类的一元质量特性来与竞争对手拉开差距，直接地提升顾客的满意度。智能音箱作为魅力质量，是酒店创造差异化、

打造品牌形象的“利器”。它应在满足了前两类质量需求、预算充足的情况下进行投资，以此来吸引顾客、创造口碑效应。