

عنوان مقاله:

پیشنهاد الگوی ادغام مدل های بهبود کیفیت: رویکردی به مشتری مداری در آموزش عالی

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی مدیریت، آینده نگری، کارآفرینی و صنعت در آموزش عالی (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محبوبه عارفی - استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه شهید بهشتی

خلیل زندی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت و برنامه ریزی آموزش عالی

خلاصه مقاله:

امروز مفهوم کیفیت دغدغه اصلی بسیاری از سازمان ها می باشد. در واقع اندیشمندان سازمانی همواره به منظور ارتقای کیفیت سازمان ها و نیز به منظور افزایش رضایت مشتریان از محصولات، تلاش خود را در جهت به روز رسانی و منطبق ساختن ویژگی های محصولات خود با نیازهای مشتریان و متقاضیان معطوف نموده اند. از سوی دیگر با توجه به اینکه مشتریان آموزش عالی در وهله اول دانشجویان بوده و با اذعان به اینکه توجه به نیازها و انتظارات دانشجویان از جمله الزامات بدیهی و اولیه در برنامه ریزی های آموزشی و درسی می باشد، لذا مدل های مشتری مدار در بهبود کیفیت، می توانند به عنوان ابزاری در جهت اندازه گیری کیفیت، نیاز سنجی مستمر و شناخت و پیوند الزامات دانشجویان با ویژگی های حرفه ای مورد نیاز در آموزش عالی به کار روند. با اینحال مرور ادبیات نظری نشان می دهد که هیچ یک از این مدل ها به تنهایی کامل نیستند. بنابراین در این پژوهش ضمن توضیح برخی از مدل های بهبود کیفیت، به بررسی مزایا و محدودیت های هر یک پرداخته شد. سپس به ذکر نمونه هایی از کاربرد ادغام مدل های مشتری محور در آموزش عالی پرداخته و در نهایت، الگویی برای ادغام این مدل ها در پژوهش های آتی پیشنهاد شده است.

کلمات کلیدی:

کیفیت - مدل کانو- مدل گسترش عملکرد کیفیت- مدیریت ارتباط با مشتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/168173>

