

Table des matières

11	Avant-propos	15
	Présentation résumée du contenu de l'ouvrage	
PREMIÈRE PARTIE		
LES FONDEMENTS DE LA MAÎTRISE		
DE LA QUALITÉ		
Chapitre 1 : Le passage du souci de la qualité à la maîtrise de la qualité		
23	I. Les enjeux	23
28	II. L'évolution du concept de qualité	28
33	III. L'enthousiasme pour la qualité	33
37	IV. La compétence technique, la conscience professionnelle	37
38	V. La gestion de la qualité	38
40	VI. L'assurance et la maîtrise de la qualité	40
Chapitre 2 : Terminologie		
43	I. La qualité	43
45	II. L'assurance de la qualité	45
47	III. Les niveaux de qualité	47
49	IV. Les non-qualités	49
51	V. Les activités qualité	51
55	VI. Autres termes	55
Chapitre 3 : L'assurance de la qualité et l'entreprise		
57	I. Les objectifs fondamentaux de l'entreprise	57
58	II. L'apport de l'assurance de la qualité	58
62	III. Les caractéristiques d'une bonne organisation	62
64	IV. La formation et la motivation des personnels	64
66	V. Les cercles de qualité	66

140	VIII. Les cas de conflits.....
136	responsables qualité de produits.....
136	VII. Les différentes positions hiérarchiques possibles des
134	VI. Les responsables qualité de produits et sectoriels...
134	V. La recherche du consensus : le comité Qualité.....
134	IV. La position hiérarchique du Service Qualité.....
132	III. Les différents niveaux d'activités qualité.....
131	II. Les chaînes qualité.....
129	I. Le rôle du Service Qualité.....
129	<i>Chapitre 6 : L'organisation générale de la qualité au sein de l'entreprise</i>

LES TECHNIQUES GÉNÉRALES DE LA MAÎTRISE DE LA QUALITÉ

DEUXIÈME PARTIE

120	I. Introduction.....
112	II. L'approche théorique.....
98	III. Les optimums économiques partiels au sein de l'entreprise.....
97	IV. La recherche de l'optimum économique global de l'entreprise.....
97	<i>Chapitre 5 : La recherche de l'optimum économique</i>
94	I. Introduction.....
90	II. L'orientation commerciale de l'effort industriel.....
88	III. La perception différente du produit par les utilisateurs et par l'entreprise.....
84	IV. Les avantages d'une stratégie d'entreprise orientée vers la qualité.....
83	V. L'adaptation du service offert aux besoins des clients.....
84	VI. La construction d'une clientèle solide.....
90	VII. Les autres stratégies possibles.....
94	VIII. Le cas des produits spécifiques.....
77	<i>Chapitre 4 : La qualité et la vente</i>
77	I. Introduction.....
78	II. L'orientation commerciale de l'effort industriel.....
80	III. La perception différente du produit par les utilisateurs et par l'entreprise.....
83	IV. Les avantages d'une stratégie d'entreprise orientée vers la qualité.....
84	V. L'adaptation du service offert aux besoins des clients.....
88	VI. La construction d'une clientèle solide.....
90	VII. Les autres stratégies possibles.....
94	VIII. Le cas des produits spécifiques.....
73	VI. Les « projets » d'entreprise.....
71	VII. La désintoxication du court terme.....
69	VIII. L'effet pervers de la non-qualité.....

145	IX. L'organisation générale de la qualité au sein de l'entreprise
146	X. Les activités qualité propres au Service Qualité.....
149	<i>Chapitre 7 : Le tableau de bord qualité</i>
149	I. Introduction.....
153	1. Les défauts constatés en production.....
154	III. Les défauts constatés après livraison.....
157	IV. Les causes directes des défauts.....
161	V. Les coûts.....
165	VI. Les causes « structurelles » des défauts.....
167	VII. Les autres dysfonctionnements de l'entreprise.....
169	VIII. Le tableau de marche du service Qualité.....
170	IX. Les autres indicateurs utiles
172	X. Conclusion
177	<i>Chapitre 8 : L'exploitation des non-qualités</i>
177	I. Introduction.....
179	II. Les analyses de Pareto
193	III. L'arbre des causes et de l'effet
196	IV. Les enquêtes qualité.....
205	<i>Chapitre 9 : Les audits qualité</i>
206	I. Les objectifs.....
208	II. Le déroulement de l'audit
213	<i>Chapitre 10 : Les méthodes qualité</i>
213	I. Introduction.....
215	II. Les objectifs à atteindre.....
218	III. La codification des règles de l'art et des tours de main.....
220	IV. La tentation du formalisme.....
221	V. Les reticences au changement.....
223	VI. La susceptibilité des services.....
224	VII. La recherche du consensus
227	VIII. Règles pratiques
232	IX. Conclusion
237	<i>Chapitre 11 : Le manuel qualité</i>
237	I. Les objectifs du manuel qualité.....
238	II. Le contenu du manuel qualité.....

344 service.
	VI. Le suivi de l'industrialisation et de la mise en
339	V. Les listes préférentielles de produits standards
332	IV. L'évaluation des nouveaux composants.....
322	III. L'évaluation des nouvelles technologies.....
318	technologies.....
	II. L'objectif des évaluations des composants et
315	I. Introduction.....
315	<i>Chapitre 14 : Le développement de la capacité technologique de l'entreprise</i>
	VI. Conclusion
304	V. Les essais relatifs à la fiabilité
298	IV. Tables.....
298	III. Rappels théoriques.....
285	II. Fiabilité et assurance de la qualité
283	I. Remarque préliminaire.....
283	<i>Chapitre 13 : La fiabilité</i>
283	XI. Conclusion
280	X. Les analyses qualité complémentaires
277	possibles.....
265	IX. Méthode simplifiée d'analyse des défaillances
262	VIII. Les arbres de défaillances.....
258	(AMDEC).....
	VII. L'analyse des modes de défaillance et de leur criticité
256	VI. Les analyses critiques de la conception.....
256	V. Les méthodes de conception
253	IV. Les règles de conception.....
251	III. Les caractéristiques d'une bonne conception.....
249	rance de la qualité
	II. La complémentarité entre la conception et l'assu-
247	I. Introduction.....
247	<i>Chapitre 12 : L'assurance de la qualité et la conception des produits</i>
	VII. Conclusion
246	VI. Le manuel du Service Qualité
245	V. Les autres présentations possibles.....
242	IV. La forme et la présentation du manuel qualité
241	III. La structure du manuel qualité.....
240	

345	VII. Le développement des compétences technologiques	347
347	VIII. Les moyens d'expertise et d'essais	347
347	IX. Conclusion	347
349	<i>Chapitre 15 : La sélection et le suivi des fournisseurs</i>	
349	I. Introduction	349
350	II. Terminologie	350
351	III. L'évaluation préalable des fournisseurs	351
357	IV. Règles conseillées pour l'évaluation des fournisseurs	357
359	V. Le déroulement des évaluations	359
360	VI. Le danger du formalisme	360
362	VII. Les avantages de l'évaluation préalable des fournisseurs	362
364	VIII. La liste des fournisseurs agréés	364
366	IX. Le suivi des fournisseurs	366
367	X. Conclusion	367
369	<i>Chapitre 16 : Le contrôle</i>	
369	I. Introduction	369
370	II. Contrôle et assurance de la qualité	370
371	III. Contrôle fonctionnel et contrôle de conformité	371
374	IV. Les quatre composantes du contrôle	374
375	V. Le plan de contrôle	375
377	VI. L'enchaînement des contrôles	377
379	VII. Contrôle et auto-contrôle	379
383	VIII. L'intensité des contrôles	383
386	IX. Les contrôles statistiques	386
390	X. La surveillance des fabrications et la prévention des rebuts	390
393	XI. Le traitement des produits défectueux	393
395	XII. Le fonctionnement du département du contrôle qualité	395
398	XIII. Conclusion	398
399	<i>Chapitre 17 : La traçabilité</i>	
399	I. Introduction	399
400	II. Les données nécessaires	400
401	III. Les outils de la traçabilité	401
404	IV. Recommandations pour l'emploi de la traçabilité	404
407	V. Conclusion	407

409	<i>Chapitre 18 : La métrologie</i>
413	<i>Conclusion</i>
418	<i>Glossaire</i>
421	<i>Bibliographie</i>
422	<i>Index</i>