

<<供应链管理实务>>

图书基本信息

书名：<<供应链管理实务>>

13位ISBN编号：9787030261359

10位ISBN编号：7030261356

出版时间：2009-12

出版时间：科学出版社

作者：孙明贺 编

页数：232

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<供应链管理实务>>

前言

教育的根本任务，在于根据人的智力结构和智力类型，采取适合的培养模式，发现人的价值，发掘人的潜能，展示人的个性。

长期以来，社会上普遍存在一种看法，认为职业院校的教学质量、教学水平低于普通院校，这是不公平的。

因为职业教育与普通院校是两种不同类型的教育，从满足社会需求来看，职业教育重在培养生产、服务和管理第一线的应用型职业人才；而从个性需求来看，职业教育则重在培养以形象思维为主的青少年，使其同样成为国家不可或缺的人才。

作为不同于普通教育的另外一种类型的教育，职业教育有着自己独特的规律和特点。

教育类型不同，评价的标准也应该不同。

因此，职业教育的教育教学必须遵循自身的规律和特点。

针对传统的建立在学科体系理论知识基础上的教学，职业教育改革鲜明地提出了“行动导向”的全新教学观。

所谓职业教育行动导向的教学，其基本意义在于：学生是学习过程的中心，教师是学习过程的组织者与协调人，遵循资讯、决策、计划、实施、检查、评估这一完整的行动过程序列，在教学中师生互动、生生互动，学生独立地获取信息、独立地制定计划、独立地实施计划、独立地评估计划，在动手中获取职业技能并掌握相关的专业知识。

教学方法也从传统的课堂授课的组织形式逐步向项目教学法、案例教学法、仿真教学法、角色扮演教学法等转换。

但是，长期以来，对职业教育的教育教学改革至关重要的课程改革却一直止步不前，其原因在于课程微明内容的设计与编排始终远未跳出学科体系的藩篱。

实践表明，职业教育课程内容的序化已成为制约职业教育课程改革的关键。

在改革过程中出现的“工作过程系统化”的课程开发，很可能成为建立凸显职业教育特色的课程体系的突破口。

全国现代物流大会期间，我欣喜地听说科学出版社联合高职和中职院校以及相关企业的专家，在“行动导向”教学思想的指导下，共同合作开发了一套职业院校物流专业系列教材。

这意味着，职业教育的课程开发正引起并成为教育界、经济界努力探索的目标，并且已经在物流行业取得了很大进展。

所以，当这套物流教材的样章交给我时，我深深地感到，我们近年来在职业教育课程理论上的探究，在物流行业得到了实际的体现。

特别是，以就业为导向的工学结合的办学模式，通过这套教材的开发、编写而得以“物化”。

伴随着物流这样一个在我国方兴未艾的行业的发展，物流管理专业由于刚刚起步，无论是在理论体系还是在教学实践层面都有待完善。

正因为如此，对教育界来讲，这是一种挑战，也是一种机遇。

如何针对市场的不断变化、针对物流业的实际需求，培养出满足物流企业需要的职业人才，同时又如何针对学生的智力特点，针对学生的个性需求，培养出社会需要的合格劳动者，是我们职业教育界必须正视的问题。

<<供应链管理实务>>

内容概要

本书遵循教育部对职业教育的要求，系统介绍了供应链管理所应掌握的相关知识。

全书共分10章，详细阐述了供应链管理的内容，从供应链概述、供应商的选择、供应链业务的建立、供应链管理的主要方法，到供应链的各个环节的管理，如采购、库存、运输、客户关系、信息技术等，再到供应链绩效的评估。

在结构上紧密结合职业教育“以就业为导向”的原则，打破传统的教学固定思路。

各个章节配以大量的案例教学，从案例导入、案例作业分析，到实践作业指导，能结合当前市场环境和企业经营状况分析供应链管理中的理论和方法，让学生在学中做、做中学，大大提高他们自主学习的积极性。

本书可作为中职物流管理专业的教材，也可作为相关人员进修和业务操作的工具书。

书籍目录

序前言第1章 供应链管理概述 1.1 供应链 1.1.1 供应链概念的发展 1.1.2 供应链的基本要素与类型 1.1.3 供应链与价值链 1.2 供应链管理 1.2.1 供应链管理的概念 1.2.2 供应链管理的特征 1.2.3 供应链管理的意义 1.3 供应链管理与传统管理 1.3.1 供应链管理与传统管理的区别 1.3.2 供应链管理的优势 小结第2章 供应链合作伙伴的选择 2.1 供应链合作伙伴关系 2.1.1 供应链合作伙伴关系概述 2.1.2 供应链合作伙伴关系的地位 2.1.3 供应链合作伙伴关系的发展历程 2.1.4 供应链合作伙伴关系的重要意义 2.2 建立供应链合作伙伴关系 2.2.1 建立供应链合作伙伴关系的制约因素 2.2.2 现阶段我国企业合作模式中存在的问题 2.2.3 供应链合作伙伴选择的误区 2.3 供应链合作伙伴的选择 2.3.1 供应链合作伙伴选择的原则 2.3.2 供应链合作伙伴选择的过程 2.3.3 巩固和维护合作伙伴关系 小结第3章 供应链管理下的物流业务外包 3.1 物流外包功能 3.1.1 物流外包的概念和发展 3.1.2 物流外包的意义 3.2 供应链管理下的物流外包业务 3.2.1 物流外包应注意的问题 3.2.2 物流外包的主要形式 3.2.3 物流外包的具体实施方法 3.3 物流外包优势分析 3.3.1 物流外包对企业竞争的正面影响 3.3.2 物流外包的潜在风险 3.4 物流外包失败原因分析 小结第4章 供应链管理的主要方法 4.1 快速响应 4.1.1 快速响应出现的背景和沃尔玛公司的快速响应实践 4.1.2 快速响应成功的条件和快速响应的效果 4.2 有效客户反应 4.2.1 有效客户反应出现的背景 4.2.2 有效客户反应的定义和特征 4.3 企业资源计划 4.3.1 企业资源计划概述 4.3.2 企业资源计划系统的管理思想 4.3.3 企业资源计划系统的优、缺点 4.3.4 企业资源计划系统的功能与实施 小结第5章 供应链中的采购管理 5.1 供应链采购概述 5.1.1 供应链采购的概念及意义 5.1.2 供应链采购的特点 5.1.3 供应链采购的原则 5.2 采购管理 5.2.1 采购管理的概念 5.2.2 采购管理的作用 5.2.3 采购管理的目标 5.2.4 采购管理的内容与过程 5.3 基于供应链的采购管理模型 5.3.1 基于供应链的物资采购管理模型 5.3.2 信息系统在采购管理中的应用 5.4 准时制采购在采购管理中的应用 5.4.1 准时制采购的定义和地位 5.4.2 准时制采购的战略价值 小结第6章 供应链中的库存管理 6.1 供应链中的库存问题 6.1.1 供应链管理环境下的库存控制 6.1.2 供应链中库存控制的问题 6.2 供应链管理下的库存模式 6.2.1 传统的库存管理模式 6.2.2 供应商管理库存 6.2.3 联合库存管理模式 6.2.4 协同式供应链库存管理模式 6.3 库存作业管理 6.3.1 供应链库存作业管理的内容 6.3.2 影响库存管理的因素 6.3.3 库存管理系统 小结第7章 供应链中的运输管理 7.1 供应链中的运输经济分析 7.1.1 供应链下的运输管理概述 7.1.2 运输合理化 7.1.3 运输成本 7.2 供应链中的运输管理 7.2.1 供应链下的运输管理任务 7.2.2 供应链运输决策应考虑的问题 7.2.3 供应链运输的不确定性 7.3 供应链合作新概念——协同运输管理 7.3.1 协同运输管理的含义 7.3.2 协同运输管理的实施过程 7.3.3 成功实施协同运输管理的关键因素和障碍 小结第8章 客户关系管理 8.1 客户关系管理概述 8.1.1 客户关系管理的定义 8.1.2 客户关系管理的核心思想 8.1.3 客户关系管理的策略 8.1.4 客户关系管理的作用 8.2 供应链中的客户关系管理 8.2.1 供应链管理与客户关系管理的关系 8.2.2 供应链条件下企业客户关系管理的目标 8.2.3 客户关系管理系统的构建原则 8.2.4 供应链下的物流企业客户关系管理的有效实施 8.3 客户关系管理系统 8.3.1 客户关系管理系统的主要功能 8.3.2 客户关系管理系统的作用 8.3.3 如何实施客户关系管理系统 小结第9章 供应链管理信息系统 9.1 物流管理信息系统 9.1.1 物流管理信息系统的特点 9.1.2 物流管理信息系统的功能和作用 9.1.3 物流管理信息系统的构成 9.2 供应链管理中的信息技术 9.2.1 供应链下的信息技术概述 9.2.2 条形码技术 9.2.3 射频识别技术在供应链管理中的应用 9.2.4 全球定位系统和地理信息系统在供应链管理中的应用 9.2.5 电子数据交换技术在供应链管理中的应用 9.2.6 专家系统和决策支持系统 9.3 供应链管理信息系统概述 9.3.1 快速反应系统 9.3.2 有效客户反应系统 9.3.3 电子订货系统 9.3.4 配送需求计划 9.3.5 销售时点信息系统 9.4 基于电子商务的供应链管理 9.4.1 电子商务概述 9.4.2 电子商务的应用 9.4.3 基于电子商务的供应链管理的优势 9.4.4 电子商务在供应链管理中应用的主要技术手段 小结第10章 供应链管理下的企业绩效评价 10.1 传统企业绩效评价体系 10.1.1 企业绩效评价体系 10.1.2 传统企业绩效评价的方法及其局限性 10.1.3 传统企业绩效评价体系的缺点 10.2 供应链下的企业绩效评价体系 10.2.1 供应链企业绩效评价指标体系的构建原则 10.2.2 供应链企业绩效评价指标体系 10.2.3 供应链绩效评价指标的作用 10.2.4 评估供应链绩效的步骤 10.3 供应链企业激励机制 10.3.1 供应链企业激励机制概述 10.3.2 供应链企业激励机制的特点 10.3.3 几种供应链激励机制的模式 小结参考文献

<<供应链管理实务>>

章节摘录

1.2.1 供应链管理实务 供应链管理是指在满足一定的客户服务水平的条件下,为了使整个供应链系统成本达到最小而把供应商、制造商、仓库、配送中心和渠道商等有效地组织在一起来进行产品制造、转运、分销及销售的管理方法。

供应链管理包括计划、采购、制造、配送、退货五大基本内容。

1) 计划是供应链管理的策略性部分。

企业需要有一个策略来管理所有的资源,以满足客户对其产品的需求。

好的计划是建立一系列的方法监控供应链,使它能够有效、低成本地为顾客递送高质量和高价值的产品或服务。

2) 采购即选择能为企业的产品和服务提供货品和服务的供应商,和供应商建立一套定价、配送和付款流程并创造方法监控和改善管理,再把对供应商提供的货品和服务的管理流程结合起来,包括提货、核实货单、转送货物到企业的制造部门并批准对供应商的付款等。

3) 制造即安排生产、测试、打包和准备送货所需的活动,是供应链中测量内容最多的部分,包括质量水平、产品产量和工人的生产效率等的测量。

4) 配送指调整用户的订单收据、建立仓库网络、派递送人员提货并送货到顾客手中、建立货品计价系统、接收付款等行为。

5) 退货是供应链中的问题处理部分。

建立网络接收客户退回的次品和多余产品,并在客户应用产品出问题提供支持。

1.2.2 供应链管理的特征。

1.以顾客满意为核心 让最终顾客更满意是供应链全体成员的共同目标,顾客满意的实质是获得超出他们承担的产品价格以上的那部分“价值”,供应链可以使得这部分“价值”升值。例如,由于供应链中供应商与制造商、制造商与销售商彼此之间已经建立了战略合作伙伴关系,因此,供应商可以将原料或配件直接送给制造商,制造商可直接将产品运送给销售商,企业间无须再进行原来意义上的采购和销售,这两项成本就大大削减了。

同时,包装和管理等项成本也随物流环节的减少而降低,因此,供应链完全可以以更低的价格向客户提供优质的产品。

此外,供应链还可通过改善产品质量、提高服务水平、增加服务承诺等项措施来增大顾客所期待的那部分“价值”,从而提高了顾客的满意度。

<<供应链管理实务>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>