

<<消费物流管理>>

图书基本信息

书名：<<消费物流管理>>

13位ISBN编号：9787500451389

10位ISBN编号：7500451385

出版时间：2005-5

出版时间：中国社会科学出版社

作者：孙明贵

页数：190

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>

## <<消费物流管理>>

### 内容概要

本书试图为从事消费物流的从业人员提供一个消费物流系统管理和操作的思路，以帮助他们提高工作业绩。

本书在编写过程中，力求在坚持理论系统性的同时，使其具有可读性和可操作性。

为此，在体例的安排上，一是尽量做到语言简洁，通俗易懂；二是在正文之外，还设计了图表、案例等，以增强本书的实用性。

本书在介绍消费物流基本知识的基础上，从消费物流的计划和决策出发，阐述了消费物流计划和决策方法，并依照消费物流实施的实际情况，分章阐述了消费物流的信息管理、售后服务、维修、转运、设施以及消费物流的新方法和组织与控制。

全书结构严谨、阐述深入，对我国物流业发展将具有重要理论研究推动和实践指导作用。

## &lt;&lt;消费物流管理&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第1章 消费物流基础知识 1 消费物流的作用 1.1 消费物流的含义 1.2 消费物流的作用 2 消费物流的构成与特征 2.1 消费物流的构成 2.2 消费物流的特征 3 消费物流的目标与任务 3.1 消费物流的目标 3.2 消费物流的任务第2章 消费物流业务流程 1 消费物流业务流程 1.1 消费物流的基本流程 1.2 基于需求的消费物流流向 1.3 不同商业模式决定的特殊特流流程 1.4 物流主体变动引起的消费物流变化流程 1.5 通过配送中心的物流流程 1.6 第三方介入的物流流程 1.7 运输过程中的物流流程 2 消费过程中的物流作业 2.1 产品的出厂入库 2.2 消费品的运输 2.3 生产商的配送中心 2.4 批发商的库存 2.5 对零售商的配送或零售商采购 2.6 产品的直销 2.7 退货处理 3 消费物流的合理化 3.1 总体观念 3.2 物流量的控制 3.3 不同配送距离和配送量的价格划分 3.4 生产企业库存的压缩 3.5 批发商职能的改变和重组 3.6 零售业物流的再定位 3.7 配送中心职能的区分 3.8 库存管理的矛盾解决 3.9 物流系统的不断更新 3.10 物流管理水平的提升 3.11 共同物流的理念第3章 消费物流决策与计划 1 消费物流决策 1.1 决策的含义 1.2 消费物流决策 1.3 消费物流决策的方法 2 消费物流计划 2.1 计划的含义 2.2 计划的性质和作用 2.3 消费物流计划 2.4 消费物流计划的类型和内容 2.5 消费物流计划的方法 3 消费物流决策与计划的实施 3.1 决策的正确运作 3.2 消费物流的决策的具体定位 3.3 消费物流决策步骤 3.4 计划的正确运作 3.5 消费物流计划的实施第4章 消费物流信息第5章 售后服务物流第6章 维修物流第7章 转运物流第8章 消费物流设施第9章 消费物流新方法第10章 消费物流组织与控制参考文献

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>