

<<物流企业管理实务>>

图书基本信息

书名：<<物流企业管理实务>>

13位ISBN编号：9787040180596

10位ISBN编号：7040180596

出版时间：2006-1

出版时间：高等教育出版社

作者：柳和玲 编

页数：188

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>

<<物流企业管理实务>>

前言

物流企业是独立于生产领域之外，以从事物流活动为主营业务的企业。物流企业的基本职能是满足客户对物流服务的全方位需求，降低交易成本，实现物流功能整合，提升客户竞争能力。

现代物流企业不仅是生产企业的原料库和成品库，而且也是最终用户产品和服务的供应者。它以现代信息管理技术为支撑，使传统的仓储运输服务提升到一个新水平。

《物流企业管理实务》以现代企业管理基本理论为框架，结合现代物流企业管理实践，探讨了现代物流企业管理的基本模式和方法。

全书分为8章，主要包括物流企业管理概述、物流企业营销管理、物流企业客户服务管理、物流企业人员管理、物流企业设备管理、物流企业货品管理、物流企业信息管理和物流企业成本管理等方面的内容。

本书针对中等职业学校学生的实际情况，以“中等职业教育物流专业紧缺人才培养培训指导方案”作为编写依据，避免抽象的理论知识介绍，力求将物流行业管理理论与企业的具体经营活动及其可能遇到的问题联系起来阐述，以物流企业基层管理人员应知应会的内容为线索，全面、系统地介绍物流企业工作流程的系统管理模式与方法，揭示物流企业管理工作规律，为基层物流管理者在岗位上如何做好本职工作起到示范作用。

<<物流企业管理实务>>

内容概要

《物流企业管理实务》为中等职业学校物流管理专业教育部推荐教材。

《物流企业管理实务》以现代企业管理基本理论为框架，结合现代物流企业管理实践，探讨了现代物流企业管理的基本模式和方法。

全书分为8章，主要包括物流企业管理概述、物流企业营销管理、物流企业客户服务管理、物流企业人员管理、物流企业设备管理、物流企业货品管理、物流企业信息管理和物流企业成本管理等方面的内容。

《物流企业管理实务》既可作为中等职业学校物流管理及相关专业教学用书，也可作为物流行业从业人员岗位培训教材和自学用书。

<<物流企业管理实务>>

书籍目录

第1章 物流企业管理概述1.1 物流企业1.1.1 物流企业的基本概念1.1.2 物流企业类型1.1.3 物流企业应具备的条件1.1.4 物流企业服务方式与内容1.1.5 物流企业服务系统的构成要素1.2 物流企业管理1.2.1 管理的含义和物流企业管理定义1.2.2 物流企业管理要素1.2.3 物流企业管理层次1.2.4 组织结构的关键概念及物流企业组织结构1.2.5 物流企业管理基础工作1.3 物流企业管理环境1.3.1 企业外部环境1.3.2 企业文化1.4 案例分析第2章 物流企业营销管理2.1 物流企业营销概述2.1.1 市场营销的基本概念2.1.2 物流市场营销2.2 物流企业营销管理2.2.1 营销管理内涵2.2.2 营销管理程序2.3 物流企业营销模式2.3.1 基本营销模式2.3.2 网络营销2.4 案例分析第3章 物流企业客户服务管理3.1 物流企业客户服务的内涵3.1.1 物流企业客户服务的特殊性3.1.2 物流增值服务3.2 物流企业客户服务的衡量和控制3.2.1 物流企业客户服务水平的衡量3.2.2 物流企业客户服务评价标准与指标3.3 案例分析第4章 物流企业人员管理4.1 物流企业人员管理概述4.1.1 人力资源的概念4.1.2 物流企业人力资源管理的内容4.2 物流企业岗位人员作业规范与作业流程4.2.1 仓储中心岗位人员作业规范与作业流程4.2.2 物流企业运输作业规范与作业流程4.3 工作绩效评估4.3.1 绩效考评4.3.2 考评方法4.4 5S管理4.4.1 5S的内涵4.4.2 推行5S管理的效用4.4.3 5S之间的关系4.4.4 5S活动推进层次和活动的重点4.4.5 5S推进重点4.4.6 5S与安全生产4.4.7 “五分钟 / 十分钟” 5S活动4.4.8 5S与企业改善的关系4.4.9 开展5S活动的程序4.4.10 开展5S活动的原则4.5 案例分析第5章 物流企业设备管理5.1 物流企业设备概述5.1.1 物流设施5.1.2 物流机械设备5.2 物流企业设备保养与维护5.2.1 物流企业设备管理的内容5.2.2 设备维护与保养5.2.3 设备检查与修理5.3 案例分析第6章 物流企业货品管理6.1 货品分类6.1.1 货品分类概述6.1.2 货品分类方法6.1.3 货品分类原则6.2 货品安全要求6.2.1 货品消防安全要求6.2.2 货品防盗窃安全管理6.2.3 货品防失效安全要求6.2.4 流程性货品的安全要求6.2.5 货品霉变的防治安全要求6.2.6 货品虫害的防治安全要求6.2.7 货品防老化安全要求6.2.8 货品运输安全要求6.2.9 危险品储存安全要求6.2.10 贵重货物的安全要求6.3 案例分析第7章 物流企业信息管理7.1 物流企业信息管理概述7.1.1 信息与信息技术7.1.2 物流管理信息系统7.1.3 物流企业信息系统建设7.2 物流企业信息安全维护7.2.1 信息系统所面临的威胁与攻击7.2.2 信息系统安全的定义7.2.3 影响信息系统安全的因素7.2.4 信息系统安全策略和措施7.2.5 信息系统安全设计7.3 案例分析第8章 物流企业成本管理8.1 物流企业成本概述8.1.1 物流成本的概念8.1.2 物流企业成本构成8.1.3 物流企业成本分类8.1.4 物流企业成本计算8.2 物流企业成本管理的内容和方法8.2.1 物流企业成本管理的原则8.2.2 物流企业成本管理的内容8.2.3 物流企业成本管理的方法8.2.4 物流企业成本控制的方法8.2.5 降低物流成本的途径8.2.6 作业成本核算方法8.3 案例分析

章节摘录

明确企业的经营目标和资源状况。

企业选择的细分市场必须能够为实现企业的经营目标服务，细分市场的规模和发展潜力应当成为企业实现战略目标的保证。同时，企业自身拥有的技术、资金和其他资源也必须满足细分市场竞争的要求。这两方面因素都是企业在进行目标市场的选择时必须考虑的。

确定物流服务的目标市场。

在进行了上述两步分析之后，企业就可能发现一个或几个理想的细分市场，下面提供的一些方法可以帮助企业进一步确定物流服务的目标市场：填补市场空位。

企业所发现的细分市场可能不存在竞争对手，企业将服务定位于市场的空白处，这样可以避免激烈的竞争，为企业提供从容发展的机会。

集中选择市场。

企业将力量全部集中于一个或者极少数最为有利的细分市场，提供能够满足这些细分市场需求的服务，以期在竞争中获得优势。

大多数的中小型物流服务企业选择这种方式。

全面市场覆盖。

企业为众多的细分市场同时提供服务，通过这种方式分散企业的经营风险。

只有少数实力雄厚的企业有可能采用这种方法。

对企业在市场上适宜的定位进行表述。

把上面三种分析整合起来的结果就是一种定位的表述，它清晰地表明了企业在市场上的定位以及提供的每一种服务。

在这种认识的基础上，营销人员就可以制定出企业的营销战略了。

物流服务需求是多样的，物流服务环境也在不断地变化。

因此，企业在进行物流服务营销策划时，应当充分重视目标市场的选择。

<<物流企业管理实务>>

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>