

<<物流案例与实训>>

图书基本信息

书名：<<物流案例与实训>>

13位ISBN编号：9787040124521

10位ISBN编号：7040124521

出版时间：2003-7

出版时间：高等教育出版社

作者：梁世翔 编

页数：172

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>

<<物流案例与实训>>

前言

现代物流业是国家“十五”期间要大力发展的一个新兴产业，全国许多城市已把发展现代物流作为新的经济增长点和提升城市整体功能的重要战略。

为适应经济发展的需要，全国许多高职高专院校都相继开设了物流管理专业，但由于受种种条件的制约，许多学校缺少物流运作的案例无法对学生进行实训，学校难以完成培养目标。

作为高职高专教材，选择哪些内容对学生进行实训，并没有现存的经验。

但作为一种尝试，本书把物流企业划分为新兴第三方物流企业、仓储型物流企业、代理型物流企业、运输型和连锁型等物流企业，并以相关企业的实际运作为案例进行讲解，并辅之以相应的实训，使学生既感受了现代物流的理念，又进行了实际的操作。

本书具有内容新、操作性强和实用性强等特点。

本书共分九章，可分为三个部分，第一部分是现代物流运作的基本理论和运作模式，主要介绍了物流运作的模式和物流客户的开发，第二部分为物流企业的运作案例和相关实训，主要介绍了新兴第三方物流企业、仓储型物流企业、代理型物流企业的物流运作案例及实训，第三部分介绍了运输型、连锁型等其他类型物流企业的运作案例。

本课程应在学生学完物流管理专业全部专业主干课后教授，如作为案例穿插在相关课程教学中则要对相关知识进行补充讲解。

本书由梁世翔任主编，吴青任副主编，由武汉理工大学严新平教授、深圳港盛货运代理公司总经理施琳任主审。

本书在编写过程中得到了武汉理工大学工业职业技术学院、港盛货运代理公司、中外运、中远物流、中海物流、中国物流公司、新安达、宝供物流、中储物流、盐田港、深圳赤湾仓储、蛇口集装箱码头等许多单位的大力支持，在此谨表衷心的感谢！

由于时间仓促，加之作者水平有限，书中不足之处在所难免，敬请各位专家、读者批评指正。

<<物流案例与实训>>

内容概要

《物流案例与实训》是教育部新世纪高职高专教育人才培养模式和教学内容体系改革与建设项目成果，是由教育部有关高职高专教育专业教学改革试点院校编写的。

全书归纳了不同物流企业的物流运作模式。

重点阐述了第三方物流企业、仓储型物流企业、代理型物流企业和运输型、连锁型物流企业的物流运作过程。

全书的实训采取了真题真做的方式，力求使学生学完后即可在相关的企业上岗操作。

《物流案例与实训》的主要内容包括现代物流运作基本理论与模式、物流企业客户的开发、第三方物流运作案例与实训、仓储型物流运作案例与实训、代理型物流运作案例与实训，以及运输型、连锁型等其他类型物流企业的物流运作案例。

书中的所有图表都来自于优秀的物流企业。

《物流案例与实训》可作为高等职业院校、高等专科院校、成人高等院校、本科院校高职教育的相关专业学生学习用书，也可供五年制高职院校、中等职业学校及其他有关人员使用。

<<物流案例与实训>>

书籍目录

第一章 现代物流运作的基本理论与模式第一节 物流运作的基本理论第二节 物流企业的发展模式
第三节 第三方物流的运作模式第四节 第三方物流运作的盈利模式第五节 物流的作业环节与物流
企业的岗位设置和能力要求第二章 物流客户的开发第一节 物流需求预测与分析第二节 客户资料
收集第三节 客户关系的建立第四节 客户服务标准第五节 客户服务与客户满意度第三章 第三方
物流运作案例--RDC运作模式第一节 RDC运作的概念及特点第二节 RDC物流运作模式的业务运作
第四章 第三方物流运作实训第一节 业务背景与实训任务第二节 实训所需单证第五章 仓储型物
流运作案例第一节 仓储型物流类别与盈利模式第二节 深圳赤湾仓储有限公司运作案例第三节 案
例分析第六章 仓储型物流运作实训第一节 业务背景第二节 实训任务第三节 实训所需单证第七
章 代理型物流运作案例第一节 物流运作及盈利模式第二节 货运代理的运作程序第三节 拖车业
务第四节 报关业务第五节 提单作业第八章 代理型物流运作实训第一节 业务背景第二节 实训
任务第三节 实训所需单证第九章 其他物流企业运作案例第一节 中国物流公司物流运作案例第二
节 大众交通物流运作案例第三节 中外运物流运作案例第四节 中远物流运作案例第五节 华联连
锁物流运作案例第六节 宝供物流运作案例

<<物流案例与实训>>

章节摘录

如前所述,我国传统的物流企业多为功能型企业,特点主要表现在为客户提供的服务功能较为单一、分散,大量的提供运输、仓储服务,服务功能集成度不高,难以满足工商企业一票到底的服务要求。

因此,功能型企业应集中有限资源,与工商企业结盟,为其提供集成物流服务。

3.区域型物流企业的战略 区域型物流企业是伴随电子商务出现而发展起来的物流企业,起步晚,规模小,经营资源数量和质量都受到限制。

因此,企业发展多采取在特定功能或者特定物流活动集中于特定顾客层提供附加服务,以实现差异化战略。

目前,这方面比较突出的物流服务主要有搬家物流服务、鲜花递送服务、网上订书服务等个性化消费品的配送服务。

由于这类商品配送的时效性强,而物流企业网络化程度低,因此,物流企业的配送范围往往局限于特定的区域,如“e国”的一小时送货上门服务就只在北京开展。

4.网络型物流企业的战略 网络型物流企业的特点是:有庞大、健全的物流网络,信息处理能力强,以小宗商品的配送为服务内容,特别适合网上消费品多频次、小批量的配送服务要求。因网上消费品的需求有进一步增长的趋势,故此,网络型企业主要采用的发展战略是:不断扩大原有服务范围,积极开拓新的经营领域,为区域经济服务。

第三节 第三方物流的运作模式一、综合物流代理 第三方物流被看做是企业与其顾客和供应商相联系的能力。

来自顾客和有关顾客的信息,通过销售活动、预测及其他各种形式传遍整个企业,然后将这种信息提炼成具体的制造计划和采购计划。

通过制造支持,被启动的增值存货流最终将制成品的所有权转移给顾客。

于是,该过程被看成是具有相互关系的两种努力,即存货流和信息流。

(一) 存货流 物流的作业管理涉及材料和制成品的运输和储存。

它始于供应商那里运送材料和零部件,终止于将商品配送给顾客。

1.配送支持 在实物配送中,顾客是营销渠道的最终目的地。

在这一渠道中产品的可得性是最关键的组成部分,因为物流代理商一般不保有存货,它必须依赖商品的可得性来承担市场的营销责任。

2.制造支持 制造物流的主要任务就是参与制定主生产计划,并确保原材料、零部件和在制品存货的及时可得性。

<<物流案例与实训>>

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>