<<物流组织管理>>

图书基本信息

书名：<<物流组织管理>>

13位ISBN编号：9787111148944

10位ISBN编号：7111148940

出版时间：2004-1

出版时间：机械工业出版社

作者：孙贤伟 编

页数：250

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>

前言

随着经济全球化和现代信息技术的迅猛发展,企业建立竞争优势的关键,已逐步由降低原材料成本的“第一利润源泉”、提高劳动生产率以降低活劳动消耗的“第二利润源泉”,转向建立高效物流系统以形成核心竞争资源的“第三利润源泉”。

自20世纪90年代以来,现代物流在全球范围内迅猛发展,引起世界各国的广泛关注,并逐步成为国民经济发展和企业经营管理的重要影响因素。

在我国,加快发展现代物流已引起政府、企业界和学术界的高度重视。

近年来,现代物流业在我国发展迅速,已经成为我国国民经济的重要产业部门和新的经济增长点。

国内外经验证明,现代物流对地区经济的发展具有重要的促进作用。

物流发展水平的高低已成为反映地区投资环境的重要标志,是世界范围内产业转移、外商投资以及商贸往来的重要决策指标。

物流发展水平越高的地区,往往是跨国公司总部越多的地区,也是世界制造业转移的重点地区。

为了进一步融入全球供应链,促进地区经济的发展,许多省市已将现代物流列为重点发展领域。

天津市是我国北方重要的经济中心和港口城市,天津市政府在确立经济跨越式发展目标中,把发展现代物流作为增强城市服务功能、提高城市综合竞争力的重要措施,将现代物流列为天津市经济发展的支柱产业之一,并列入“十五”发展规划。

2000年,天津市政府在全国率先制定了《天津市现代物流发展纲要》,制定了天津市现代物流的发展目标和实现途径。

随着《纲要》的逐步实施,天津现代物流业近几年发展迅速,对全市经济和社会发展起到了积极的推动作用。

发展现代物流,人才是关键,没有现代化的物流人才队伍,就难于实现现代物流业健康持续发展。

作为新兴产业,物流从业人员素质不高、物流管理水平较低、行业秩序比较混乱的状况在国内普遍存在。

因此,加强物流人员培训就成为了当务之急。

<<物流组织管理>>

内容概要

现代物流专业技术水平考试培训教材由南开大学现代物流中心组织编写。

全套教材共五册，分为初级水平考试培训教材和中级水平考试培训教材两套。

初级水平考试培训教材为《物流基础知识》和《物流操作实务》两册，主要是面向从事物流业务和实际操作岗位的工作人员；中级水平考试培训教材为《物流管理基础理论》、《物流管理实务》和《物流组织管理》三册，主要是面向物流业及相关行业的中、高层管理人员。

本书为《物流组织管理》，书中对管理学的基本知识进行了较系统、较全面的介绍，主要章节内容分为物流战略管理、物流项目管理、物流营销管理、物流财务管理、物流信息管理、物流服务管理、人力资源管理七部分，它是与《物流管理基础理论》和《物流管理实务》配套，面向物流管理人员培训的教材。

本套教材可作为物流行业及其他相关行业人员的培训教材和参考书，同时，还适合于物流从业人员以及物流理论研究、咨询、经营管理、政府物流管理人员阅读，也可作为大中专院校物流管理专业和相关专业的教学用书或教学参考书。

书籍目录

序前言第一章 物流战略管理 第一节 物流战略的调查研究 一、企业使命与物流战略关系的研究 二、物流战略的环境影响因素研究 三、物流战略的限制条件研究 四、现代物流管理的发展趋势 第二节 物流战略计划的制定 一、物流战略方向的整体选择 二、物流战略计划的优化与选择 第三节 物流战略计划的实施 一、物流战略计划的分解 二、物流战略具体实施计划的编制 三、物流经营计划的实施与管理 四、物流战略计划实施绩效的度量第二章 物流服务项目管理 第一节 物流服务项目及其管理 一、物流服务项目的定义 二、物流服务项目的分类 三、物流服务项目的特性 四、物流服务项目与物流服务运营的不同 五、物流服务项目管理的定义 六、物流服务项目管理的基本特性 第二节 物流服务项目的生命周期 一、物流服务项目的工作阶段划分 二、物流服务项目定义与决策阶段的工作 三、物流服务项目计划与设计阶段的工作 四、物流服务项目实施与控制阶段的工作 五、物流服务项目的验收与交割阶段 第三节 物流服务项目的集成管理和范围管理 一、物流服务项目集成管理 二、物流服务项目范围管理 第四节 物流服务项目的时、成本和质量的管理 一、物流服务项目的时管理 二、物流服务项目的成本管理 三、物流服务项目的质量管理第三章 物流营销管理 第一节 物流服务市场的特征及其细分 一、物流服务市场的相关利益主体 二、物流服务市场的主要特征 三、物流服务市场的细分 四、物流服务目标市场选择 第二节 物流服务市场调查与定位 一、物流服务市场调研的策划与调研过程 二、物流服务市场调研的数据收集 三、物流服务市场的客户需求分析 四、物流服务市场的营销定位 第三节 物流服务企业的营销战略 一、营销战略职能与营销战略制定程序 二、发展型企业营销战略类型 三、市场竞争地位战略 第四节 物流销售中的促销管理 一、物流服务中的主要促销手段与方法 二、物流服务的广告促销及其管理 三、物流服务的网络促销及其管理 四、物流服务的销售人员推销及其管理 五、物流服务的集成促销及其管理 第五节 物流销售中的客户管理 一、物流服务客户信息的调查 二、物流服务客户的需求信息分类整理 三、物流服务客户关系的建立 四、物流服务客户关系的保持与改进第四章 物流企业财务与会计管理 第一节 物流服务企业的财务会计管理概述 一、物流服务企业的财务概述 二、物流服务企业的会计概述 三、物流服务企业的税收概述 第二节 物流服务企业的资产管理 一、物流服务企业的货币资金及其管理 二、物流服务企业的应收款及其管理 三、物流服务企业的库存资产及其管理 四、物流服务企业的长期资产及其管理 第三节 物流服务企业的负债管理 一、物流服务企业的流动负债及其管理 二、物流服务企业的长期负债及其管理 第四节 物流服务企业的所有者权益管理 一、物流服务企业的实收资本或股本管理 二、物流服务企业的资本公积及其管理 三、物流服务企业的收益及其分配管理 四、物流服务企业的盈余公积及其管理 五、物流服务企业的未分配利润及其管理 第五节 物流服务企业的财务与会计报表 一、物流服务企业的财务会计报表概述 二、物流服务企业的资产负债表及其编制 三、物流服务企业的利润表及其编制 四、物流服务企业的现金流量表第五章 物流信息管理 第一节 物流信息管理概述 一、物流信息和数据的含义 二、物流信息管理 三、物流信息与决策 第二节 商流、物流、信息流和资金流 一、物流与商流的关系 二、物流、商流和信息流之间的关系 三、物流、商流、信息流和资金流 第三节 物流信息技术及其管理 一、条形码技术及其管理 二、射频技术 三、数据库技术及其管理 四、电子数据交换系统(EDI)及其管理 五、GPS和GIS 第四节 物流信息系统及其管理 一、物流信息系统的概念 二、物流信息系统的构成 三、物流信息系统的开发方法 四、物流信息系统的设计与开发第六章 物流服务管理 第一节 物流服务的主要模式 一、自我物流服务的模式 二、第三方物流服务的模式 三、第四方物流服务的模式 第二节 物流服务的设计及其管理 一、产品导入阶段的物流服务设计及其管理 二、产品成长阶段的物流服务设计及其管理 三、产品成熟阶段的物流服务设计及其管理 四、产品衰退阶段的物流服务设计及其管理 五、物流服务标准的设计及其管理 第三节 各类物流服务及其管理 一、运输服务及其管理 二、仓储服务及其管理 三、装卸搬运服务及其管理 四、配送服务及其管理 第四节 物流增值服务的管理 一、物流增值服务 二、加工增值服务及其管理 三、其他增值服务及其管理 第五节 物流集成服务及其管理 一、企业供应链的集成服务与管理 二、物流服务诸要素的集成管理 第六节 物流服务质量 一、物流服务质量的概念 二、物流服务质量计划 三、物流服务质量的监控第七章 物流人力资源管理 第一节 人力资源的概念与职能 一、人力资源管理的概念与发展 二、人力资源部门的职能与组织 第二节 物流服务组织的人力资源

<<物流组织管理>>

规划 一、物流服务组织人力资源规划的程序 二、物流服务组织人力资源的需求分析 三、物流服务组织人力资源的供给分析 四、物流服务组织人力资源规划的制定 第三节 物流服务组织人力资源的获得与配备 一、物流服务组织人员招聘的程序 二、物流服务组织人员招聘的主要来源 三、物流服务组织人员招聘的主要方法 四、物流服务组织人员选拔与任用 五、物流服务组织人员的配备 第四节 物流服务组织的人力资源开发与激励 一、人力资源开发的范围与程序 二、物流服务组织的人员教育培训 三、物流服务组织的绩效评估 四、物流服务组织的薪资与报酬 五、物流服务组织的职业生涯管理参考文献

章节摘录

(四) 调动职工的积极性 企业使命能够使员工感到自己是未来事业的一部分, 他们通过企业使命看到了组织奋斗的目标和企业发展的未来, 从而能够满足自己成就事业的需要, 产生积极工作的态度和行为。

这种目标激励的作用是物质激励难以达到的。

企业使命的确立为企业明确了前进的基本方向, 但是企业使命是比较笼统的, 它往往并不是在一个战略期间内就可以完成的。

因此, 企业使命并没有明确在某一战略期内具体的行动目标。

战略目标就是要把企业使命在某一战略期的任务具体化, 以便于执行和衡量。

在这个过程中, 战略意图起到了积极影响作用。

企业目标体系从企业使命到个人目标包括: 企业使命、战略意图、长期发展目标、短期目标或年度目标、每个职能部门的工作目标、每个工作人员的责任和目标。

物流战略是企业根据外部环境和自身条件为寻求物流的可持续发展, 就物流发展目标和达到目标的途径与手段而制定的长远性、全局性的规划与谋略。

战略目标是全局性目标, 即关系到企业发展各阶段和各方面的重大目标。

企业使命、战略意图和中长期发展目标都是关系到企业发展各阶段乃至各方面的重大目标, 是广义的战略目标。

企业的长期、中期发展目标则是狭义的战略目标。

因此, 狭义的战略目标是在企业使命和战略意图明确之后设定的。

战略意图是在企业使命已经明确业务方向的基础上, 对企业在市场上所要具有的领导地位的进一步明确。

物流理论引进中国始于20世纪80年代, 并在物资、商业等部门经历了多年物流业务管理的实践, 但在传统经济体制的束缚下, 物流理论在中国的实际运用受到很大的制约。

社会主义市场经济体制的确立, 客观上要求破除区域、部门割据局面, 使物流从业务管理为主走向战略管理为主。

完成这一转变的基础工作, 就是要面对全球化的供应链管理时代的到来, 勇于创新, 构造起适应未来竞争需要的物流战略管理体系。

对于一家公司来说, 要想取得物流管理业务的成功, 首先要明确企业的物流战略。

战略是站在目标和远景的高度来指导某项行动的。

管理人员必须善于梦想尚未发生的事物, 正如一个建筑师在面对布满灰尘的平地时能够想象一座高楼, 面对滚滚洪流能够梦想出一座飞天大桥一样, 他们应该既是梦想家, 又是设计师, 能够把艺术和结构工程完美地结合起来。

整个企业正如一个复杂的有机体, 任何一个组织的有效运行都离不开其他组织的密切配合, 因为它们之间总是存在着或多或少的联系。

明确企业的总体战略目标对于企业来说至关重要, 总体目标正如大脑一样决定了企业研发、生产、销售等的发展方向和前景。

而物流战略正是这个复杂有机体的重要组成部分, 好比它的静脉, 只有静脉畅通无阻, 血液和养分才能够及时输送到各个地方。

企业战略的制定是一个富有创造性和激励性的过程, 经常由企业首脑部门来确定。

企业战略包括多个方面, 一般来讲, 它由物流战略与制造、营销、财务战略共同构成。

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>