

<<运营管理>>

图书基本信息

书名：<<运营管理>>

13位ISBN编号：9787111368953

10位ISBN编号：7111368959

出版时间：2012-1

出版时间：机械工业出版社

作者：威廉J.史蒂文森

页数：435

译者：马风才

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>

<<运营管理>>

前言

本书介绍了运营管理的基本内容，具体包括运营战略、运营策略、运营管理技术及其在实际中的应用。

所涉及的主题有：产品和服务设计、能力规划、质量管理与质量控制等。

本书第11版的目的是为读者准确地介绍有关运营管理的概念、方法和实际应用。

运营管理在不断地发展，更新和整合有关运营管理的新知识不但有意义而且充满挑战，当运营管理大量的新发展与本书有限的篇幅发生矛盾时尤其如此。

第11版的主要内容及特点在一学期内不可能讲解完本书的全部内容，但是具体要讲解哪些内容有较大的灵活性，任课教师可根据自己的需要进行取舍。

其中，既可以对整章进行取舍，也可以对每一章的具体内容进行取舍。

此外，还可以决定定性和定量内容的比重。

在以前的版本中，设计了一些教学方法的指导意见以帮助学生掌握和理解运营管理的内容。

引言说明了章节的主要特点、基本构成和补充材料等，以便更好地组织教学。

同时，还强调了第11版的鲜明特点、使用指导等。

通过提供这些支撑材料，希望让教师和学生感到学习运营管理是一件非常有意义的事情。

第11版增加的内容第11版体现了对运营管理新发展的整合。

同时，来自世界各地的、使用本书的教师所提出的建议也在本版中得到了体现。

对章节的顺序进行了适当的调整，以体现流程改进。

强调了以下主题的重要性，并增加了相应的内容：服务、供应链管理、伦理行为、可持续发展。

在每一章都强调了伦理道德的重要性。

在整个教材中，增加并更新了阅读资料和图片，以便让学生认识到在今天运营管理是多么重要。

致谢许多书评人对本书初稿进行了评述。

同时，一些读者也给出了评论建议。

正是通过他们的评论和建议，才给我以鼓舞，使我不断完善本书的内容。

为保证本书的顺利出版，一些审稿人员付出了辛勤劳动。

一些专门领域的专家也为本书出版做出了贡献。

McGraw-Hill/Irwin出版公司的工作人员为本书顺利出版进行了卓有成效的工作。

值得指出的是，有众多专家学者以及读者对本书以前的版本提出修改建议。

对所有上述人员表示衷心的感谢！

威廉 J. 史蒂文森

<<运营管理>>

内容概要

本书作为当今欧美最流行的工商管理教材，把服务业与制造业的运营管理思想、理论和方法进行统一集成，系统介绍了运营管理的概念、原理和方法。

全书内容丰富，体系完整，既涵盖了系统的规划与设计、系统的运行与控制、系统的更新与维护，又包括企业运营的伦理道德问题、精益服务运营、绿色运营、基于行为科学的项目管理等新内容。

本书通过大量的例题和习题，帮助读者熟练掌握运营管理的方法和技能。

本书可作为管理学类专业高年级本科生、研究生和mba教材，也可供对运营管理的理论与实务感兴趣的各界人士参考。

作者简介

作者：(美国)威廉 J.史蒂文森(William J.Stevenson) 译者：马风才

<<运营管理>>

书籍目录

出版说明

导读

前言

第1章 运营管理概述

1.1 引言

1.2 流程管理

1.3 运营管理的范围

1.4 学习运营管理的目的

1.5 运营管理历史演变

1.6 今天的运营管理

1.7 企业运营管理面临的新问题

小结

知识要点

关键术语

第2章 竞争力、战略与生产率

2.1 引言

2.2 竞争力

2.3 使命与战略

2.4 运营战略

2.5 运营战略对运营管理的重要意义

2.6 从运营管理到运营方案：平衡计分卡

2.7 生产率

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第3章 产品与服务设计

3.1 引言

3.2 设计创意

3.3 法律与道德问题

3.4 人类学方面的因素

3.5 文化因素

3.6 全球产品和服务设计

3.7 环境因素：可持续发展

3.8 要注意的其他事项

3.9 产品设计与开发的步骤

3.10 产品设计

3.11 服务设计

3.12 运营战略

小结

知识要点

关键术语

习题

第4章 产品与服务的战略能力规划

<<运营管理>>

- 4.1 引言
- 4.2 能力规划的战略意义
- 4.3 定义和测评能力
- 4.4 有效能力的决定因素
- 4.5 战略的制定
- 4.6 服务能力规划所面临的挑战
- 4.7 自制或外包选择
- 4.8 制定能力战略
- 4.9 运营能力方案的评价
- 4.10 运营战略

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第5章 流程选择与设施布置

- 5.1 引言
- 5.2 流程选择
- 5.3 技术
- 5.4 流程战略
- 5.5 战略资源组织：设施布置
- 5.6 设计产品布置：生产线平衡
- 5.7 设计流程布置

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第6章 工作设计与测定

- 6.1 引言
- 6.2 良好的工作条件
- 6.3 工作设计
- 6.4 方法分析
- 6.5 动作研究
- 6.6 工作测定
- 6.7 运营战略

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第7章 选址规划与分析

- 7.1 选址的必要性
- 7.2 选址的本质
- 7.3 全球化选址
- 7.4 选址规划的一般程序
- 7.5 国家、地区、社区、具体地点的选择

<<运营管理>>

7.6 服务和零售业选址

7.7 选址方案的评价

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第8章 质量管理

8.1 引言

8.2 质量管理的涵义

8.3 质量管理的发展

8.4 现代质量管理的基础

8.5 质量认证

8.6 全面质量管理

8.7 质量工具

8.8 运营战略

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第9章 质量控制

9.1 引言

9.2 检验

9.3 统计过程控制

9.4 工序能力

9.5 运营战略

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第10章 综合计划与主生产计划

10.1 引言

10.2 解决需求不均衡的基本策略

10.3 编制综合计划的方法

10.4 综合计划的分解

10.5 主生产计划

10.6 编制主生产计划的过程

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

第11章 mrp与erp

11.1 引言

11.2 mrp概述

<<运营管理>>

- 11.3 mrp的输入
- 11.4 mrp的处理逻辑
- 11.5 mrp的输出
- 11.6 mrp的优点与实现条件
- 11.7 mrp
- 11.8 能力需求计划
- 11.9 erp
- 11.10 运营战略
- 小结
- 知识要点
- 关键术语
- 例题
- 习题
- 第12章 库存管理
 - 12.1 引言
 - 12.2 库存的性质和重要性
 - 12.3 有效库存管理的基本要求
 - 12.4 库存订货策略
 - 12.5 订多少：经济订货批量模型
 - 12.6 再订货点的确定
 - 12.7 运营战略
 - 小结
 - 知识要点
 - 关键术语
 - 例题
 - 习题
- 第13章 jit与精益运营
 - 13.1 引言
 - 13.2 支持目标
 - 13.3 实施条件
 - 13.4 精益服务
 - 13.5 jit
 - 13.6 运营战略
 - 小结
 - 知识要点
 - 关键术语
 - 例题
 - 习题
- 第14章 供应链管理
 - 14.1 引言
 - 14.2 供应链管理的发展趋势
 - 14.3 全球供应链
 - 14.4 管理者的职责
 - 14.5 采购
 - 14.6 电子商务
 - 14.7 供应商管理
 - 14.8 库存管理

<<运营管理>>

14.9 订单执行

14.10 物流

14.11 创建有效的供应链

14.12 战略

小结

知识要点

关键术语

习题

第15章 作业计划

15.1 作业计划操作

15.2 少量生产系统的作业计划

15.3 服务业的作业计划

15.4 运营战略

小结

知识要点

关键术语

例题

习题

附录a 部分习题答案

附录b 用表

章节摘录

版权页：插图：The key elements of supply chain management are listed in Table 1.5. The first element, customers, is the driving element. Typically, marketing is responsible for determining what customers want as well as forecasting the quantities and timing of customer demand. Product and service design must match customer wants with operations capabilities. Processing occurs in each component of the supply chain: it is the core of each organization. The major portion of processing occurs in the organization that produces the product or service for the final customer (the organization that assembles the computer, services the car, etc.) . A major aspect of this for both the internal and external portions of a supply chain is scheduling. Inventory is a staple in most supply chains. Balance is the main objective; too little causes delays and disrupts schedules, but too much adds unnecessary costs and limits flexibility. Purchasing is the link between an organization and its suppliers. It is responsible for obtaining goods and or services that will be used to produce products or provide services for the organization's customers. Purchasing selects suppliers, negotiates contracts, establishes alliances, and acts as liaison between suppliers and various internal departments.

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>