

<<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：9787122058157

10位ISBN编号：7122058158

出版时间：2009-9

出版时间：化学工业出版社

作者：李联卫 编

页数：227

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>

## &lt;&lt;物流案例与实训&gt;&gt;

## 前言

21世纪以来,我国现代物流业从起步到快速发展,已成为我国经济发展的重要产业,一批新型的社会化、专业化、网络化的现代物流企业不断成长,在国民经济和社会发展中发挥着重要作用。

随着科学技术的迅猛发展和经济全球化趋势的增强,现代物流业的发展也面临着前所未有的机遇与挑战。

2009年3月,国家出台了《物流业调整和振兴规划》,强调必须加快发展现代物流,建立现代物流服务体系,以物流服务促进其他产业发展,而加快物流人才培养就是其中的一项重要政策措施。

物流人才特别是高技能物流人才的短缺严重制约着现代物流业的发展。

高等职业教育以服务为宗旨、以就业为导向,在培养高技能人才方面发挥着重要作用。

在物流管理专业人才培养方案中,“物流案例与实训”是一门总结性的专业课程。

通过该课程的学习,可以使学生通过案例分析和实训活动,系统地回顾总结所学习的物流管理专业课程,进一步熟悉应该掌握的物流专业技能,为走向工作岗位打下坚实基础。

本书是按照“校企合作、工学结合”的高职教育特点,组织有丰富教学实践经验的高职高专教师、联合深圳市中诺思资讯科技有限公司(简称“诺思科技”)共同编写的高职高专规划教材之一。

诺思科技是一家物流领域的高新技术企业,长期专注于物流技术研究、物流企业咨询与信息化建设、现代物流实训室的建设等高端物流领域,致力于为国内外客户提供专业化、一体化的物流解决方案。

本书共分十二章,由李联卫担任主编,王建宇、卢建君任副主编。

具体分工如下:李联卫编写第一章、第二章和第四章;王建宇编写第三章和第十章;卢建君编写第六章、第八章和第十一章;朱惠君编写第九章和第十二章;李轶编写第五章、第七章;王建宇、童水生编写第三方物流教学软件(附录一)。

全书最后由李联卫定稿。

本书参阅了相关物流文献资料,参考了一些专家学者的研究成果,对相关作者表示衷心感谢。

同时,非常感谢诺思科技公司无偿提供了第三方物流教学软件,还要特别感谢王建宇和童水生先生的大力支持。

此外,在本书编写过程中,李学波、薛世森、王勤和李燕慧等给予了大力协助,在此一并表示感谢!

由于时间仓促和编者水平有限,欠妥之处在所难免,恳请读者批评指正。

## <<物流案例与实训>>

### 内容概要

本书主要内容以物流业务流程为主线，结合大量案例系统地介绍了物流管理的相关基础知识，包括现代物流概述、物流客户服务、物流系统的规划与实施、采购与供应、包装与装卸搬运、仓储管理与库存控制、运输管理、流通加工、配送与配送中心管理、物流信息系统、第三方物流和现代物流的发展趋势，并在每一章设计了相应的实训活动。

附录内容包括诺思第三方物流教学软件和相关的阅读材料，帮助读者练习实际操作技能以及了解现代物流业的前言知识，内容丰富，具有较强的实用性。

本书配有光盘，光盘内容为诺思第三方物流教学软件，此软件是诺思公司物流系列软件产品之一。本教学软件以连锁行业为样本，通过模拟订单、采购、入库、出库、配送及报关等实际物流过程中的核心流程，有助于学生了解并熟悉整个物流的业务流程。

本书除作为高职高专物流管理专业教材以外，还可作为普通高等院校选修课的辅导教材和教师参考书、各类成人教育培训机构和各类现代物流培训机构的培训教材，也可供对现代物流感兴趣的人士阅读使用。

## &lt;&lt;物流案例与实训&gt;&gt;

## 书籍目录

- 第一章 现代物流概述 第一节 概述 [案例1.1] 中储公司西安分公司从仓储企业到现代物流中心的蜕变 [案例1.2] 西南仓储公司发展区域物流之路 [案例1.3] 德尔费公司的物流活动
- 第二节 物流管理 [案例1.4] 经销商生产运营中的物流管理漏洞 [案例1.5] 奥运村背后的可视化物流管理 [案例1.6] 朝日啤酒公司“鲜度管理” 实训活动 第二章 物流客户服务
- 第一节 物流客户服务概述 [案例2.1] 企业物流经营中的尴尬局面 [案例2.2] 麦当劳物流供货商阿尔法的服务秘诀 [案例2.3] “美国经济的主干架”——联合包裹公司 [案例2.4] 企业服务标准两例 第二节 客户服务的顾客满意 [案例2.5] 上海友谊集团的个性化物流客户服务 [案例2.6] 客户服务热线的投诉处理 [案例2.7] 邮局老树开新花 实训活动 第三章 物流系统的规划与实施 第一节 物流系统概述 [案例3.1] 企业大了,物流该怎么管理? [案例3.2] 中国企业现代物流的发展方向 [案例3.3] 宜家家居的物流系统 [案例3.4] 德国的地下物流 第二节 物流系统的构成 [案例3.5] 皇家加勒比海巡航有限公司的物流活动 [案例3.6] 苏宁的魔力 [案例3.7] 书店物流系统建设步入新轨 实训活动 第四章 采购与供应 第一节 采购概述 [案例4.1] 两种“采购现象”背后的观念对碰 [案例4.2] S汽车制造公司的采购流程 第二节 采购管理 [案例4.3] 上海石化招标采购的具体做法 [案例4.4] 洛杉矶市政府不头疼了 [案例4.5] 全球热交换器股份有限公司的采购失误 第三节 供应链管理模式下的采购控制 [案例4.6] 解析戴尔的“零库存” 实训活动 第五章 包装与装卸搬运 第一节 包装技术与管理 [案例5.1] 制造业的可分解设计 [案例5.2] TECH PLASTUS联合公司包装管理的合理化 [案例5.3] 日本包装减量化的典型案例 [案例5.4] 某食品公司对产品的多重包装处理 第二节 装卸搬运 [案例5.5] 联合利华的托盘管理 [案例5.6] 适合装卸作业的货物仓库布局方式 实训活动 第六章 仓储管理与库存控制 第一节 仓储概述 [案例6.1] 英迈公司的仓储管理 [案例6.2] 晋亿公司的自动化立体仓库 第二节 库存合理化 [案例6.3] 四川长虹公司的仓储信息化管理 [案例6.4] 德国邮政零件中心仓库的建立与管理 第三节 库存控制 [案例6.5] 新华公司的库存管理 [案例6.6] 雀巢公司的VMI管理系统 实训活动 第七章 运输管理 第一节 运输概述 [案例7.1] 日本花王公司的复合运输体系 [案例7.2] DHL助力美国家族企业打拼国际时尚市场 第二节 运输方式 [案例7.3] 强生集团怎样做物流? [案例7.4] 铁路货物运输业务管理流程 第三节 运输合理化 [案例7.5] 韩国三星公司合理化运输 [案例7.6] 丹麦的物流发展战略 实训活动 第八章 流通加工 第一节 概述 [案例8.1] 钢铁物流之流通加工 [案例8.2] 来自厄瓜多尔的玫瑰花 [案例8.3] 流通加工的效果实例 第二节 流通加工的合理化 [案例8.4] 阿迪达斯的超级市场 [案例8.5] 日本南王公司的流通作业 [案例8.6] 松江出口加工区物流发展优势分析 实训活动 第九章 配送与配送中心管理 第一节 配送概述 [案例9.1] 沃尔玛的物流配送系统 [案例9.2] 雅芳公司的多元化配送模式 第二节 配送中心管理 [案例9.3] 日本配送中心管理 [案例9.4] 上海联华生鲜食品加工配送中心物流配送运作 第三节 配送合理化 [案例9.5] 7.11的物流管理系统 实训活动 第十章 物流信息系统 第十一章 第三方物流 第十二章 现代物流的发展趋势 附录 参考文献

## 章节摘录

第二章 物流客户服务 第一节 物流客户服务概述 一、客户服务的含义 客户服务是企业致力于满足顾客的需要，并超越顾客期望的活动过程。

服务（service）：指满足顾客的需要，供方和顾客之间接触的活动以及供方内部活动所产生的结果。包括供方为顾客提供人员劳务活动完成的结果；供方为顾客提供通过人员对实物付出劳务活动完成的结果；供方为顾客提供实物使用活动完成的结果（《中华人民共和国国家标准物流术语》GB/T 18354--2006）。

客户服务是企业与客户交互的一个完整过程，包括听取客户的问题和要求，对客户的需求作出反应并探询客户新的需求。

客户服务不仅仅包括了客户和企业的客户服务部门，实际上包括了整个企业，即将企业整体作为一个受客户需求驱动的对象。

（一）客户服务的目的 通过提供更多满足顾客需要的服务，扩大与竞争对手之间的差距，从而通过销售额的增长来获得企业的利益。

取得社会公众的理解和支持，为企业的生存、发展创造必要的内部与外部环境。

客户服务能够帮助市场营销策略成功实施，通过有效地获取并保留客户，满足企业长期利润和投资收益的目标。

创造需求——获取客户，通常被认为只与促销、产品和价格等项目有关，但实质上客户服务对创造需求也具有重大影响。

（二）客户服务的原则 （1）视客户为亲友。

企业与客户交往中，不能单纯将企业与客户的关系视为“一手钱、一手货”的金钱交换关系，而应该认识到企业和客户之间还存在相互支持、相互促进、相互依赖、相互发展的非金钱关系。

现代企业只有用高质量的情感服务来对待每一位客户，才能使客户以更大的热情购买更多的服务来回馈企业。

<<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>