

<<物流运输与配送管理>>

图书基本信息

书名：<<物流运输与配送管理>>

13位ISBN编号：9787302298120

10位ISBN编号：7302298122

出版时间：2012-10

出版时间：清华大学出版社

作者：王效俐，沈四林 著

页数：387

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>

<<物流运输与配送管理>>

内容概要

《21世纪物流理论与实务系列规划教材：物流运输与配送管理》作者凭借多年的教学经验，以通俗易懂的写作风格、丰富的真实案例以及面向管理的角度，帮助读者理解运输与配送的管理问题。本书系统地阐述了现代交通运输管理、运输与配送管理的方法、运输与配送方式和技术在实际中的应用。

主要内容包括运输的作用与重要性、现代运输系统的特性、运输需求分析、运输成本分析、运输服务的定价、运输业投资、运输规划与优化、物流运输实务、集装箱运输与多式联运、物流运输关系管理、物流运输信息管理、物流运输组织、配送中心管理、配送中心战略、配送中心的备货与配货管理、分拣管理、配送加工管理、配送包装管理、物流时间的控制与管理、配送中心装卸搬运管理、退货管理和绩效管理，以及现代物联网技术在运输与配送管理中的应用等。

本书可供本科院校、高等职业技术学院的交通运输类专业和物流及相关专业使用，也适宜作为物流从业人员的参考书。

<<物流运输与配送管理>>

作者简介

王效俐，同济大学经济与管理学院管理科学系教授，博士生导师。

1982年毕业于山西大学数学系，1987年获西安电子科大应用数学专业硕士学位，1996年获上海交通大学系统工程专业博士学位，1998年获复旦大学管理学博士后荣誉证书，2000年获德国洪堡基金会“洪堡学者”称号，2006年至2007年曾担任国家自然科学基金委管理学部一处流动项目主任。

主持、参加国家自然科学基金项目4项，省部级项目10项，发表了130多篇学术论文，出版过《企业e-learning实战攻略》和《运输组织学》。

长期从事社会经济系统工程的教学、科研工作，目前的研究方向是组织理论与设计、系统工程与城市管理、服务供应链管理等。

沈四林，上海海事职业技术学院航海技术系副教授。

1990年毕业于南京气象学院海洋大气科学系，1996年获大连海事大学航海学院航海专业硕士学位，2006年获得武汉理工大学载运工具专业硕士学位。

主持完成了5项省部级课题，发表了20余篇学术论文，出版了4本专业教材。

长期从事物流供应链管理专业的教学与科研工作，在多家大型物流公司兼任培训高管，有丰富的物流管理实战经验。

<<物流运输与配送管理>>

书籍目录

第一章 物流运输管理概论第一节 物流概述一、物流的概念二、物流的基本功能三、研究物流运输的意义第二节 物流运输管理基础一、物流与运输二、运输市场的特征与分类三、运输价格四、运输价格的种类五、运输价格的结构形式第三节 载运工具概述一、载运工具的作用与类型二、水上载运工具三、道路运输工具四、轨道载运工具五、航空运输工具六、管道运输工具第四节 运输质量管理和运输方式的选择一、运输质量管理的任务和货运质量管理的作用二、货运质量指标三、运输方式的选择四、运输市场及运输合理化第二章 物流运输组织第一节 物流运输组织概述一、运输组织的概念二、运输组织的性质与作用三、运输组织的目的与原则第二节 运输组织系统构成一、客货源组织系统二、基本生产组织系统三、生产辅助服务系统第三节 运输组织的工作程序一、运输经济调查和预测二、营运计划的制定三、运输方案的编制四、运输方案的实施五、运输方案的效果评价第三章 运输市场第一节 运输市场概述一、运输市场的含义二、运输市场的参与者三、运输市场的地位四、运输市场的作用五、运输市场的影响因素第二节 运输市场的结构和特征一、运输市场的结构二、运输市场的特征第三节 运输产品一、运输产品的含义二、运输产品的特征三、运输产品组合四、运输产品的品牌模式第四节 运输市场营销一、运输市场营销的含义二、运输市场营销组织三、运输市场营销计划四、运输市场营销控制第四章 各种运输方式概述第一节 水路运输一、水路运输的特性二、水路运输的基础条件三、水路运输的发展趋势第二节 铁路运输一、铁路运输的特性二、铁路运输的基础条件三、铁路运输的发展趋势第三节 公路运输一、公路运输的特性二、公路运输的基础条件三、公路运输的发展趋势第四节 航空运输一、航空运输的特性二、航空运输的基础条件三、航空运输的发展趋势第五节 管道运输一、管道运输的特性二、管道运输的基础条件三、世界管道运输情况四、中国管道运输情况第六节 邮政运输一、邮政业务二、邮政运输的特性三、邮政运输的基础条件第七节 成组运输一、成组运输概述二、托盘运输三、集装箱运输第五章 运输需求分析与预测第一节 运输需求概述一、运输需求的含义二、运输需求的特征三、运输需求的类型第二节 运输需求分析一、运输需求的影响因素二、运输需求函数分析三、运输需求弹性分析第三节 运输量预测一、运输量预测的含义二、运输量预测的类别三、运输量预测的内容和原理四、运输量预测的作用第四节 运量预测方法一、定性预测方法二、定量预测方法第六章 物流运输供给分析第一节 运输供给概述一、运输供给的含义二、运输供给的特征三、运输供给的类型第二节 运输供给分析一、运输供给的影响因素二、运输供给函数分析三、运输供给弹性分析第三节 运输成本一、运输成本的含义二、运输成本的构成三、运输成本的影响因素四、运输成本的作用五、降低运输成本的途径六、不同运输方式的成本特征第四节 运输价格.....第七章 合理化运输第八章 各种运输方式的组织管理第九章 危险货物集装箱运输第十章 物流配送与配送中心第十一章 配送中心的运作模式分析第十二章 配送成本管理第十三章 配送中心管理第十四章 物联网在物流运输与配送中的应用参考文献

<<物流运输与配送管理>>

章节摘录

· 优势 / 劣势分析：对企业资源、能力方面进行分析，发现优势，找出弱点，以便利用优势开发机会、对付威胁，同时对其弱势进行改进和完善。

清楚了企业的机会与威胁、优势与弱势，就能确定计划中需要强调、突出的主要问题，对这些问题做出决策，可以帮助企业形成有关市场营销的目标、战略、策略和战术等。

营销目标。

营销目标是营销计划的主要组成部分，有了目标，就可以确定更具体、更适合操作的任务。

营销目标是在分析营销现状并预测未来的威胁和机会的基础上制定，包括投资收益率、销售额、利润额、销售收入以及市场占有率等目标。

营销战略。

营销战略是完成计划目标的营销途径和方法，包括目标市场战略、营销组合战略及营销费用预算等。在战略制定过程中，要注意与其他有关部门和人员讨论、协商，争取理解、支持与合作。

行动方案。

行动方案是确保营销计划有效实施的主要内容，包括做什么、何时做、谁负责做、需要多少费用等。按上述问题把每项活动都列出详细的程序表，以便于执行和检查。

预算收支。

营销计划中还要编制各项收支的预算，在收入一方要说明预计收入，在支出的一方要说明预计生产成本（包括营销费用）、收支的差额即预计的利润（或亏损）。

上层管理者负责审批和修正预算。

预算一经批准，便成为购置设备、安排生产、人事及营销活动的依据。

控制。

控制是营销计划的最后一部分，说明如何对计划执行过程和执行进度进行管理。

一般做法是将计划规定的目标和预算按月份或季度分解，以便企业的上层管理部门进行有效的监督检查，督促未完成任务的部门改进工作，以确保营销计划的完成。

控制有时还包括发生意外时的应急计划，该计划简明扼要地列举可能发生的某些不利情况，并提出管理部门对不利局势应采取的对策与措施。

5. 运输市场营销计划的执行 营销计划的执行是将营销计划转化为具体的行动和任务的过程，也就是调动企业的一切资源投入到营销活动中去，保证计划任务的完成，以实现营销计划所制定的目标。

制定营销战略计划是解决企业营销活动应该“做什么”和“为什么要这样做”的问题，而执行计划是要解决“由什么人”、“在什么地方”、“在什么时候”、“怎样做”的问题。

计划制定得再好，如果不能执行或执行不当，也不会有成效。

因此，必须保证制定的营销计划方案能有效地执行，这样才能取得整个营销活动的成功。

.....

<<物流运输与配送管理>>

编辑推荐

《21世纪物流理论与实务系列规划教材：物流运输与配送管理》特色： 内容新颖而全面，包括交通运输管理与配送管理两个方面的内容。

分别从运输与配送的理论知识与实践技能层面进行详细的介绍，突出了实用性、科学性和可操作性，强调理论知识与实践相结合。

知识目标和引导案例有利于培养学生分析问题和解决实际问题的能力；思考与练习题反映了各章的知识要点，便于学生进行总复习、自我测试和知识能力拓展，也便于教师对学生的学习情况进行考核。

本书读者 本科院校、高等职业技术学院的交通运输类专业、物流工程和管理等专业的教师和学生 物流工程设计的从业人员 物流工程理论研究人员 物流咨询策划人员 企业高层管理人员

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>