

<<物流英语>>

图书基本信息

书名：<<物流英语>>

13位ISBN编号：9787504727688

10位ISBN编号：7504727687

出版时间：2008-1

出版时间：中国物资

作者：白世贞主编

页数：237

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>

<<物流英语>>

内容概要

最新《物流英语》双语教材涉及物流概况、仓储与库存策略、运输、采购、物流新视点等方面的内容，此外，加大了对供应链管理与物流信息系统的阐述，相关章节增加了有关国际分销与包装方面的内容。

本书共分6部分，每部分由不同数量的章节组成，每章均包括精读课文、单词与专业术语、问答题和阅读材料。

本书可作为大专院校本科物流管理专业及其他相关管理类专业师生的教材和参考用书，也可作为各类工商企业生产经营管理人员参考书。

<<物流英语>>

书籍目录

| | | | | | | |
|----------------|--------------|----------|------------|-----------------|-----------------|--------------|
| 第一部分 物流概述 | 第一章 物流简介 | 引言 | 定义 | 物流因素 | 物流的重要性 | 小结 |
| 第二章 客户服务与物流 | 引言 | 客户服务组成 | 客户服务政策 | 客户服务水平 | 衡量客户服务 | 小结 |
| 第三章 物流过程 | 引言 | 物流过程的重要性 | 关键的物流过程 | 方法 | 工具和技术 | 小结 |
| 第二部分 仓储和库存策略 | 第四章 仓储准则 | 引言 | 影响仓储的战略问题 | 仓库的角色 | 仓库或物流中心的类型 | 仓储运作 |
| | | | | 优秀仓库设计和管理的目标与准则 | | 小结 |
| 第五章 库存控制基本方法 | 引言 | 持有库存的必要 | 库存持有方式 | 其他物流功能的暗示 | 库存成本 | 库存补货系统 |
| | | 再订货量 | 需求预测 | 小结 | 第六章 库存计划与管理 | 引言 |
| | | | | | 传统的库存计划方法中存在的问题 | 不同的库存需求 |
| | | | | | 前置期差距 | 库存和时间 |
| | | | | | 分析时间和库存 | 制造业的库存规划 |
| | | | | | 零售业库存规划 | 小结 |
| 第三部分 运输与国际分销 | 第七章 运输基本规则 | 引言 | 有效运输系统的重要性 | 服务选择及其特征 | 小结 | 第八章 运输方式 |
| | | | | | | 引言 |
| | | | | | | 单独服务方式的选择 |
| | | | | | | 联合运输 |
| | | | | | | 代理和小型运输服务 |
| | | | | | | 公司控制运输 |
| | | | | | | 运输成本的特点 |
| | | | | | | 小结 |
| 第九章 国际分销中的物流渠道 | 引言 | 港口或机场的运输 | 国际货物空运 | 海运 | 其他国家的陆路运输 | 小结 |
| 第四部分 采购与供应链管理 | 第十章 采购 | 引言 | 确定采购目标 | 供应商管理 | 小结 | 第十一章 供应链管理 |
| | | | | | | 引言 |
| | | | | | | 供应链和供应链管理的概念 |
| | | | | | | 供应链管理的重要特征 |
| | | | | | | 小结 |
| 第五部分 包装与物流信息系统 | 第十二章 包装 | 引言 | 包装材料 | 物流包装功能 | 小结 | 第十三章 物流信息系统 |
| | | | | | | 引言 |
| | | | | | | 物流信息系统概述 |
| | | | | | | 全面的信息系统整合 |
| | | | | | | 电子数据交换 |
| | | | | | | 可扩展标识语言 |
| | | | | | | 无线射频交换 |
| | | | | | | 条形码和扫描 |
| | | | | | | 小结 |
| 第六部分 物流新视点 | 第十四章 外包：选择流程 | 引言 | 方法 | 小结 | 第十五章 物流与环境 | 引言 |
| | | | | | | 欧盟与环境法规 |
| | | | | | | 物流与环境的融合 |
| | | | | | | 小结 |
| 第十六章 物流中的新理念 | 引言 | 网上交易 | 家庭购物 | 敏捷供应链 | 第四方物流 | 小结 |

章节摘录

第二章 客户服务与物流 引言 任何物流系统的最终目的都是为了满足客户的需要。如果你是一位专门负责生产时间进度安排和库存控制的管理者，并不容易看出与市场的实际情况不一样。

事实是组织中的每个人在客户服务上都有一个标准。

确实许多成功的公司已经开始检查内部的服务标准，为的是使公司的每个员工明白他们必须服务于某些人——如果他们不，为什么名字会出现在工资表上呢？

目标是建立一条客户链将组织中各级别的员工直接或间接的与市场联系起来。

有一些要点必须考虑：一个是客户服务的主管，另一个是其量度。
理解客户服务

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>