

<<物流企业管理实务>>

图书基本信息

书名：<<物流企业管理实务>>

13位ISBN编号：9787536136410

10位ISBN编号：7536136412

出版时间：2008年12月1日

出版时间：广东高等教育出版社

作者：万志坚

页数：161

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>

## <<物流企业管理实务>>

### 前言

随着经济全球化进程的加快和科学技术的飞速发展，物流产业将成为我国21世纪重要产业和国民经济新的增长点，成为我国最具发展空间的行业。

未来的十年里，我国城市和企业国际竞争力将主要体现在物流运营能力的竞争上。

培养物流管理人才，把现代物流理念、先进的物流技术和现代经营模式引入国家、区域、城市经济建设和企业经营与管理之中，科学、合理地规划和建设物流系统，提高物流效率，降低物流成本将成为国家经济增长、城市经营发展和企业参与国际竞争的关键。

加速启动现代物流产业的人才培养工程，实施多层次、多样化的现代物流教育，是21世纪物流产业大发展中，保证物流产业形成合理的人才结构，提高我国现代物流管理水平和经济效益的决定性因素。

广东省各高等职业院校在十多年的发展过程中，积极探索校企合作机制，深化职业技术教育教学内容、教学方法的改革，建立和完善以技能水平、创新能力和就业质量为导向的教育教学模式，健全职业技术教育信息共享平台，积累了许多成功的经验和丰富的教学资源。

特别是在物流专业建设和物流人才培养方面，各高等职业院校积极从社会聘用物流工程技术人员和物流职业经理人才到学校担任专职或兼职教师，充实物流教师队伍；建立校企合作组织，加强职业院校与物流企业的合作，推动职业教育与珠江三角洲地区物流产业发展的融合；加强与企业的沟通与联系，积极鼓励企业直接参与职业院校物流专业建设和课程的开发，大力开展“订单式”培训，增强物流人才培养的针对性；等等。

为了进一步提升物流职业教育的水平，整合优质物流教学资源，我们成立了由物流专家、物流职业经理、高等职业院校物流专业教师组成的广东省物流专业教材编委会，经过多方努力，编写完成了适应现代物流发展的高职高专物流专业系列教材。

## <<物流企业管理实务>>

### 内容概要

《物流企业管理实务》是一门实践性较强的课程，为了实现为现代物流企业培养技能型人才的目标，《物流企业管理实务》全面系统地阐述了物流企业管理的基本任务、管理内容；重点阐述了物流企业营销管理、运营管理和客户管理以及物流企业人力资源管理，并详细讲述了作为一名物流企业管理人员所必须掌握的物流信息化、现代化和物流项目招标投标等知识技能。

通过学习，能够清晰地了解物流企业管理的工作内容和物流服务过程，掌握作为一名物流企业管理人员必须具备的岗位基本知识技能。

《物流企业管理实务》各章设有引导案例和思考与练习题，旨在激发学习兴趣，加深学生对物流企业管理问题的思考。

## &lt;&lt;物流企业管理实务&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 物流企业概述【学习目标】【引导案例】第一节 物流企业概述一、物流企业的概念二、物流企业的类型三、物流企业管理及其特征第二节 物流业结构、特点和发展趋势一、物流业的结构二、物流业的特征三、物流业的发展趋势第三节 物流企业组织一、物流企业组织的发展二、物流组织的作用三、物流企业组织的类型四、物流企业的组织结构第四节 物流业务流程变革一、流程优化与重组概述二、流程优化与重组的主要原则三、流程优化与重组的方法四、流程优化时机的选择五、流程优化与重组同ERP相结合【本章小结】【思考与练习题】第二章 物流服务营销管理【学习目标】【引导案例】第一节 物流营销调研与需求预测一、物流市场营销调研的含义和作用二、物流市场营销调研的内容三、物流市场营销调研的步骤四、物流市场信息的收集与使用五、物流市场营销预测六、物流市场营销预测的方法第二节 服务与服务营销一、服务的本质二、服务的特征三、服务的分类四、服务营销第三节 服务营销规划与战略一、服务营销规划二、服务营销战略的选择三、服务营销组合战略第四节 服务质量和顾客满意度一、服务质量的含义二、服务利润链三、服务质量管理模式四、改善服务质量，填补服务差距五、顾客满意度战略【本章小结】【思考与练习题】第三章 物流市场分析与市场定位【学习目标】【引导案例】第一节 顾客需求与竞争环境分析一、顾客分析二、竞争者分析第二节 物流市场细分与目标市场定位一、物流市场细分二、物流目标市场的定位第三节 物流企业营销计划与组织一、物流企业营销计划二、物流企业营销组织【本章小结】【思考与练习题】第四章 物流企业产品定价策略与促销策略【学习目标】【引导案例】第一节 物流产品的组合一、物流产品概述二、物流产品的构成三、物流产品的特征四、物流产品组合五、物流产品组合的策略第二节 物流企业产品的开发一、物流产品生命周期二、物流产品营销策略的周期三、物流企业新产品的开发四、物流产品的品牌第三节 物流产品定价策略一、影响物流企业定价的因素二、物流服务产品定价的程序三、物流产品定价方法第四节 物流企业产品促销策略一、建立客户数据库二、客户数据库的更新及使用三、直销四、广告五、电话营销【本章小结】【思考与练习题】第五章 物流企业运营管理【学习目标】【引导案例】第一节 现代物流企业的整合服务功能一、储存和运输功能的整合二、增值服务三、物流企业在供应链整合中的作用第二节 现代物流运营管理的内容和方法一、物流线路、结点与物流网络二、混载化运输三、减少物流环节四、规范操作五、发达国家物流运营管理的经验与借鉴第三节 影响物流企业运营的核心要素一、物流企业的经营策略思维二、以客为本的经营理念【本章小结】【思考与练习题】第六章 物流项目招标投标、设计与监控【学习目标】【引导案例】第一节 物流项目招标投标概述一、物流项目招标投标活动的基本原则二、物流项目招标投标的方式三、物流项目招标投标的一般程序第二节 物流项目招标投标一、物流项目招标二、物流项目投标第三节 物流项目的设计与监控一、物流项目的设计二、物流项目的监控【本章小结】【思考与练习题】第七章 物流客户服务管理【学习目标】【引导案例】第一节 物流表现与客户满意度一、客户服务对物流的影响二、物流运作过程对客户满意度的影响三、创造顾客满意度的战略方针第二节 影响物流客户服务的因素与量度一、物流客户服务的体现二、影响物流客户服务的因素三、物流中客户服务表现的量度第三节 以客户为中心的物流战略一、理解顾客需求二、评价当前的服务和能力三、解释当前做法与顾客要求之间的差距四、满足顾客特定需要的针对性服务五、在顾客要求的基础上创造服务六、评估与跟踪执行和改进的情况七、保持持续的改进过程【本章小结】【思考与练习题】第八章 物流企业管理信息化、现代化【学习目标】【引导案例】第一节 物流企业管理与电子商务一、电子商务概述二、电子商务对物流的影响三、电子商务对物流各作业环节的影响四、电子商务对物流网络的影响五、供应链管理的支持技术第二节 物流信息服务平台一、物流信息服务平台概述二、物流信息服务平台的功能三、物流信息服务平台的种类第三节 物流企业质量管理体系一、质量管理体系概述二、物流质量管理常用的方法【本章小结】【思考与练习题】第九章 物流企业人力资源管理【学习目标】【引导案例】第一节 物流企业人力资源的需求与策略一、物流企业人力资源的管理需求二、物流企业人力资源管理的内容三、物流企业人力资源管理的特征四、物流企业人力资源管理的策略第二节 物流企业人力资源规划一、人力资源规划的概念二、人力资源规划的功能三、人力资源规划的内容四、人力资源规划的程序第三节 物流企业人力资源管理体系与激励机制一、物流企业人力资源管理体系二、物流企业人力资源的激励机制【本章小结】【思考与练习题】参考文献



## 章节摘录

六、物流市场营销预测的方法 科学的营销决策，不仅要以市场营销调研为出发点，而且要以市场需求预测为依据。

企业从事销售预测，一般要经过三个阶段，即环境预测、行业预测和企业销售预测。

环境预测就是分析通货膨胀、失业、利率、消费者支出和储蓄、企业投资、政府开支、净出口以及其他一些重要因素，最后作出对国民生产总值的预测；行业预测是指以环境预测为基础，结合其他环境特征进行行业销售预测；企业销售预测法是根据对企业未来市场占有率的估计，预测企业的销售额。

市场需求的预测方法有：一是购买者意向调查法。

市场总是由潜在购买者构成的，预测就是预估在给定的条件下潜在购买者的可能行为，即要调查购买者。

二是销售人员综合意见法。

在不能直接与顾客见面时，企业可以通过听取销售人员的意见估计市场需求。

三是专家意见法。

企业可以利用诸如经销商、分销商、供应商及其他一些专家的意见进行预测。

这种方法的主要优点是预测过程迅速，成本较低；在预测过程中，各种不同的观点都可以表达并加以调和；如果缺乏基本的数据，可以运用这种方法加以弥补。

其缺点是专家意见未必能反映客观事实；责任较为分散，估计值的权数相同；一般仅适用于总额的预测，而用于区域、顾客群、产品大类的预测时，可靠性较差。

四是市场实验法。

在预测一种新产品的销售情况和现有产品在新的地区或通过新的分销渠道的销售情况时，利用这种方法效果最好。

五是时间序列分析法。

即以过去的资料为基础，利用统计分析和数学方法分析预测未来需求。

这种方法的依据与过去的统计数据之间存在着一定的关系，而且这种关系利用统计方法可以揭示出来；过去的销售状况对未来的销售趋势有决定性影响，销售额只是时间的函数。

产品销售的时间序列，可以分成趋势、周期、季节、不确定事件四个组成部分。

六是直线趋势法。

即运用最小平方法进行预测，用直线斜率来表示增长趋势的一种外推预测方法。

## <<物流企业管理实务>>

### 编辑推荐

《物流企业管理实务》配备了教学大纲、教学课件PPT和题库等教学资源，书中融入了发达国家现代物流管理理念和跨国企业的物流管理典范，在此基础上补充了物流管理岗位应知应会的知识和技能以及实际操作的知识与案例。

可以作为高职院校物流管理专业及相关专业的教材，也可以作为物流企业内部管理的培训参考教材，同时是从事物流管理研究人员和企业经营管理人员了解物流行业企业动作管理的重要参考资料。

<<物流企业管理实务>>

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>