第一图书网, tushu007.com

<<采购管理实务>>

图书基本信息

书名：<<采购管理实务>>

13位ISBN编号：9787111316589

10位ISBN编号：7111316584

出版时间：2010-11

出版时间：机械工业

作者：陈利民 编

页数：303

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

前言

随着对“中国制造”热潮的方兴未艾，越来越多的全球顶尖品牌毫不犹豫地在中国成立采购中心，为“中国采购”添上浓墨重彩的一笔，尝到甜头的欧美大公司纷纷扩展生产线，先前谨慎观望的小公司如今大胆进驻，抢滩市场，全球采购的活动在中国市场上同样越来越频繁，大型跨国公司和国际采购组织的采购网络正在加速向中国市场延伸，世界500强企业、全球最大零售商——美国沃尔玛投资的物流中心也在中国开工建设；奔驰（中国）的整体构图中，在华零部件采购力度不断加大！
物流采购专业人才是全国12种紧缺人才之一，联合国的采购专家认为，采购现在正成为企业采购“竞争力”，即采购不只是寻找、开发和培养合适的供应商，而是在为企业寻求战略性的竞争力提升。
权威机构研究表明：成本每降低1%，销售收入就会增加6%。
从而使采购成为撬动利润的白金杠杆。
因此，企业对采购人才需求也从普通的采购管理上升到系统、全面的采购与供应链管理高级人才的需求。
具有较为全面系统理论知识与实践能力的专业采购人才成为企业参与竞争的有力的保证。
我们公司是一家具有深厚国际背景的综合性的管理咨询公司，致力于以战略性洞察，为快速发展中的中国企业提供战略突破、管理提升与业绩增长的最优解决之道。
上海睿途企业管理咨询有限公司以独特的咨询服务理念——立足“紧跟形式，贴近实际；理论够用，强调实践；避免高深，着眼应用”从事物流及供应链管理咨询服务。
此服务理念与现阶段高校培养应用型人才的教育改革趋势不谋而合，因此我们从2009年开始尝试与高校合作开发一系列管理实务类教材，把我们在服务国际、国内知名企业过程中的一些专业实践经验融入高校教材，为加强高校专业知识教育的务实性，以及提升学生的就业和谋生能力贡献一份力量。
为培养企业可以直接使用的采购管理专业人才，满足人才市场对采购人才的需求，我们在具有企业和高校工作背景的陈利民先生盛情邀请下，积极参与本书的编写，组织了作者培训、专家论证、实地参观考察、与企业高管座谈、与具有丰富实践经验的企业一线人员交换意见等，在本书编写过程还提供了一些有价值的案例和建议，重点主要在以下几个方面：　　第一，适应实践型、应用型人才培养的要求，以能力为本位，重视实践能力。
理论以够用为度，进一步加强了实践性教学内容，以满足物流从业人员和毕业生所从事职业的实际需要。

内容概要

本书结合最新的职业教育理念及教学研究成果，本着“理论够用、注重实训”的原则，贯彻“任务驱动、项目引领”，“工作过程导向”的教学理念，从理论和实践两个方面阐述了采购管理理论与实务。
本书以真实采购活动顺序（作业流程）为主线进行教材内容设计，实地考察分析具体采购岗位能力要求，然后通过项目任务驱动有针对性地配置学习领域，并设计教学情境，融“教、学、做”为一体，使学生在“做中学”，“学中做”，从而掌握采购管理的基础理论和方法，具有一定的创新性和较强的实践性。
全书按采购作业流程分为10个工作任务：采购管理概述、采购管理组织、采购计划与预算管理、采购方式的选择、供应商的选择与管理、采购价格与成本控制、采购谈判与合同管理、采购过程控制、采购绩效评估、采购管理规范。
本书基于采购工作过程，在不改变核心理论的前提下将知识内容进行了重组，思路创新，简明实用，可作为高职高专及其他应用型本科院校的物流管理专业、连锁经营专业及其他相近专业的教学用书，也适合作为在职人员的工作实践指导用书，或作为物流、采购从业人员的培训和自学用书。

<<采购管理实务>>

书籍目录

序前言第一章 采购管理概述 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购与采购管理的概念 第二节 采购管理的内容和目标 第三节 传统采购与JIT采购的 区别 学习情境设计：调查企业采购理念与 运作第二章 采购管理组织 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购组织及其类型 第二节 采购部门在企业中的 隶属关系 第三节 采购组织的设计 第四节 采购人员的素质 学习情境设计：采购组织设计第三章 采购计划与预算管理 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购申请与需求分析 第二节 采购计划 第三节 采购预算 学习情境设计：采购计划与预 算的编制第四章 采购方式的选择 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 集中采购与分散采购 第二节 定量采购与定期采购 第三节 国内采购与国际采购 第四节 招标采购 第五节 电子化采购 学习情境设计：社会实践-- 某产品 采购方式调查第五章 供应商的选择与管理 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 供应商管理概述 第二节 供应商调查与开发 第三节 供应商考核与选择 第四节 供应商的评估与控制 第五节 供应商关系管理 学习情境设计：手机供应商的选择第六章 采购价格与成本控制 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购价格概述 第二节 采购价格分析 第三节 采购成本概述 第四节 采购成本分析 第五节 降低采购成本的方法 学习情境设计：企业采购成本分析第七章 采购谈判与合同管理 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购谈判基础 第二节 采购谈判的组织实施 第三节 采购谈判的策略与技巧 第四节 采购合同的签订与跟踪 学习情境设计：采购谈判全程模拟第八章 采购过程控制 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购商品的质量控制 第二节 采购商品的检验与验收 第三节 采购跟踪与进度控制 学习情境设计：采购质量与 交期控制第九章 采购绩效评估 工作任务及过程 职业能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购绩效评估概述 第二节 采购绩效评估指标体系 第三节 采购绩效评估的 程序和方法 第四节 采购绩效的改进措施 学习情境设计：采购绩效 评价方案设计第十章 采购管理规范 工作任务及过程 岗位能力要求 项目任务驱动 学习领域配置 第一节 采购管理规范概述 第二节 采购管理规范实例 学习情境设计：采购管理规范编写参考文献

章节摘录

（四）货比三家策略　　在采购某种商品时，企业往往选择几个供应商进行比较分析，最后择优签订供销合约。
这种情况在实际工作中非常常见，企业的这种做法被称为货比三家策略。
　　在采用该策略时，企业首先选择几家生产同类型己方所需产品的供应商，并向供应商提供自己的谈判内容、谈判条件等，同时也要求供应商在限定的时间内提供产品样品、产品的性能、产品的价格等相关资料，然后依据这些资料比较分析供应商在谈判态度、交易条件、经营实力、产品性价比等方面的差异，最终选择其中的一家供应商与其签订供销合同。
　　另外，在运用此策略时，企业应注意选择实力相当的供应商进行比较，以增加可比性和提高签约效率，从而更好地维护己方的谈判利益。
同时企业还应以平等的原则对待所选择的供应商，以严肃、科学、实事求是的态度比较分析各供应商的总体情况，从而寻找企业的最佳供应商合作伙伴。
　　（五）声东击西策略　　声东击西策略是指谈判人员为达到某种目的和需要，有意识地将洽谈的议题引导到无关紧要的问题上故作声势，转移对方的注意力，以求实现己方的谈判目标。
具体做法是在无关紧要的事情上纠缠不休，或在己方不成问题的问题上大做文章，以分散对方对己方真正要解决的问题上的注意力。
从而在对方无警觉的情况下，顺利实现己方的谈判意图。
　　例如，对方最关心的是价格问题，而己方最关心的是交货时间。
这时，谈判的焦点不要直接放到价格和交货时间上，而是放到价格和运输方式上。
在讨价还价时，己方可以在运输方式上作出让步，而作为双方让步的交换条件，要求对方要在交货时间上作出较大让步。
这样，对方感到满意了，己方的目的也达到了。
　　（六）最后通牒策略　　处于被动地位的谈判人员，总有希望谈判成功达成协议的心理。
当谈判双方各持己见，争执不下时，处于主动地位的一方可以利用这一心理，提出解决问题的最后期限和解决条件。
期限是一种时间性通牒，它可以使对方感到如不迅速作出决定，他会失去机会。
因为从心理学角度讲，人们对得到的东西并不十分珍惜，而对要失去的本来在他看来并不重要的某种东西，却会一下子变得很有价值，在谈判中采用最后期限的策略就是借助人的这种心理定式发挥作用。
　　最后期限既给对方造成压力，又给对方一定的时间考虑，随着最后期限的到来，对方的焦虑会与日俱增。
因为，谈判不成功损失最大的还是自己。
因而，最后期限压力，迫使人们快速作出决策。
一旦他们接受了这个最后期限，交易就会很快顺利地结束。
　　……

第一图书网, tushu007.com

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