

<<企业资源计划>>

图书基本信息

书名：<<企业资源计划>>

13位ISBN编号：9787121146510

10位ISBN编号：7121146517

出版时间：2011-10

出版时间：电子工业出版社

作者：李健，王颖纯 主编

页数：329

字数：554000

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>

<<企业资源计划>>

内容概要

企业资源计划（ERP）是在物料需求计划（MRP）和制造资源计划（MRP）技术成熟之后，随着企业管理模式和信息化技术的迅速发展而形成的一门新的企业信息化管理系统。其功能覆盖市场预测、供应链管理、生产计划管理、库存管理、人力资源管理、设备管理、销售管理，以及相关财务管理的整个企业生产经营全过程。

本教材系统地阐述ERP的基本理论、应用和实施方法，并结合我国的实际情况介绍几种典型的ERP软件产品，还特别介绍一些与ERP系统相关的先进制造系统及其管理模式，力图将理论与实践紧密结合起来。

使读者对ERP的理论、方法和实践有个正确、全面的认识。

本教材可作为高等院校的管理类专业（工业工程、信息管理与信息系统、工程管理、工商管理）以及计算机专业本科生、研究生的教材或参考书，也可作为企业相关人员的培训用书。

<<企业资源计划>>

书籍目录

第一篇 理论篇

第1章 ERP系统概述

1.1 ERP的概念及特点

1.1.1 ERP的定义

1.1.2 ERP的目标

1.1.3 ERP的效益

1.2 ERP技术的产生和发展

1.2.1 订货点法

1.2.2 MRP

1.2.3 闭环MRP

1.2.4 MRP

1.2.5 ERP

1.3 ERP系统的应用

1.3.1 ERP系统国内外应用现状

1.3.2 ERP系统的应用效果

学习思考题

第2章 ERP的基本原理

2.1 相关概念

2.1.1 制造业生产类型

2.1.2 制造业的生产计划方式

2.1.3 物料需求

2.2 物料需求计划及其特点

2.2.1 物料需求计划的涵义

2.2.2 物料需求计划的特点

2.3 物料需求计划的基本原理

2.3.1 MRP的基本思想

2.3.2 物料需求计划的计算方法

2.3.3 MRP系统设计决策及应用中的技术问题

2.4 闭环MRP的基本原理

2.5 能力需求计划(CRP)的基本原理

2.5.1 粗能力计划(RCCP)

2.5.2 能力需求计划(CRP)

2.5.3 工作中心

2.6 MRP 的基本原理

2.7 ERP的新增功能

学习思考题

第3章 ERP的主要模块

3.1 ERP的总体结构

3.2 供应链管理模块

3.2.1 供应链管理概述

3.2.2 供应链管理的特点

3.2.3 供应链管理的功能

3.3 销售管理模块

3.4 主生产模块

3.5 设备管理模块

<<企业资源计划>>

- 3.6 BOM模块
- 3.7 车间控制模块
- 3.8 采购管理模块
- 3.9 库存管理模块
- 3.10客户关系管理模块
- 3.11人力资源管理模块
- 3.12成本管理模块
- 3.13财务管理模块

学习思考题

第二篇 方法篇

第4章 ERP系统各层计划的制定方法

- 4.1 物料需求计划 (MRP) 的制定
 - 4.1.1 物料需求计划 (MRP) 的输入
 - 4.1.2 MRP参数的确定
 - 4.1.3 MRP系统的运行方式
- 4.2 能力需求计划 (CRP) 的制定
 - 4.2.1 相关概念
 - 4.2.2 生产能力的测定
 - 4.2.3 能力需求计划
- 4.3 主生产计划 (MPS) 的制定
 - 4.3.1 制定主生产计划的必要性
 - 4.3.2 主生产计划的对象
 - 4.3.3 主生产计划的策略
 - 4.3.4 主生产计划的编制
 - 4.3.5 主生产计划的维护
 - 4.3.6 主生产计划中有关数值的计算

学习思考题

第5章 ERP的相关管理方法

- 5.1 准时生产制
 - 5.1.1 JIT的实质
 - 5.1.2 看板控制系统
 - 5.1.3 组织准时生产的条件
- 5.2 精细生产
 - 5.2.1 精细生产的起源
 - 5.2.2 精细生产的基本思想
 - 5.2.3 精细生产的主要内容
- 5.3 最优生产技术
 - 5.3.1 OPT的目标
 - 5.3.2 OPT的基本思想和九条原则
 - 5.3.3 DBR系统
 - 5.3.4 OPT软件系统
- 5.4 供应链管理理论与方法
 - 5.4.1 SCM的概述
 - 5.4.2 SCM的效益
 - 5.4.3 SCM的原理
 - 5.4.4 SCM的功能
 - 5.4.5 SCM的实施

<<企业资源计划>>

5.4.6 SCM的软件

5.4.7 ERP与SCM的集成

5.5 客户关系管理

5.5.1 CRM的概述

5.5.2 CRM的概念

5.5.3 CRM的作用

5.5.4 CRM的原理

5.5.5 CRM的内容

5.5.6 CRM的实施

5.5.7 CRM软件

5.5.8 ERP与CRM的集成

学习思考题

第三篇 应用篇

第6章 ERP系统的实施

6.1 ERP实施所面临的主要问题

6.1.1 企业业务流程重组

6.1.2 企业文化

6.1.3 一项要亲力亲为的工作

6.1.4 把ERP实施工作放在应有的重要位置

6.2 实施的原则

6.2.1 实施ERP的三个关键因素

6.2.2 实施ERP系统的三个重要变量

6.2.3 实施ERP的三个阶段

6.3 实施步骤

6.3.1 项目的前期工作

6.3.2 实施准备阶段

6.3.3 系统运行与用户化

6.4 系统评价

6.4.1 定性评价

6.4.2 定量评价

6.4.3 定级标准

6.5 实施成功关键因素

学习思考题

第7章 ERP系统的评价

7.1 评价体系

7.2 评价标准及效果评价

7.2.1 ABCD检测表及其使用方法

7.2.2 第5版ABCD检测表

7.2.3 第5版ABCD检测表的使用方法

7.3 软件系统的选择与评价

7.3.1 ERP系统的评估

7.3.2 ERP系统的选择

7.3.3 ERP系统的选择报告

学习思考题

第8章 典型ERP软件

8.1 SAP系统

8.1.1 SAP概述

<<企业资源计划>>

8.1.2 SAPR/3系统

8.1.3 SAP的实施

8.2 FourthShift (四班) ERP

8.2.1 FourthShift概述

8.2.2 FourthShiftERP系统涉及的范围

8.2.3 FourthShiftERP系统在中国市场

8.2.4 FourthShiftERP系统的模块简介

8.3 OracleERP

8.3.1 OracleERP简介

8.3.2 OracleERP的主要特点

8.3.3 OracleERP系统模块简介

8.3.4 Oracle中小企业ERP解决方案

8.4 用友ERP?U8生产制造系统

8.4.1 用友ERP?U8生产制造系统概述

8.4.2 ERP?U8系统总体结构及功能模块

学习思考题

第9章 ERP应用案例分析

9.1 东南汽车的敏捷制造

9.2 太太药业的SAP解决方案

思考与问答

9.3 波司登的网络分销

思考与问答

9.4 许继ERP的坎坷路

思考与问答

第四篇 展望篇

第10章 不断发展的ERP

10.1 MRP /ERP在中国的应用与发展

10.1.1 MRP /ERP在中国的启动期

10.1.2 MRP /ERP在中国的成长期

10.1.3 ERP在中国的成熟期

10.1.4 现阶段ERP软件应用分析

10.2 MRP /ERP软件系统发展趋势分析

10.2.1 ERP集成化

10.2.2 ERP行业化

10.2.3 云计算ERP

10.2.4 ERP技术的发展

10.2.5 总结

学习思考题

第11章 先进制造系统

11.1 现代制造系统模式的特点

11.1.1 制造系统模式的概念

11.1.2 制造系统模式的变迁

11.1.3 现代制造系统模式的特点

11.2 典型的现代制造系统模式

11.2.1 敏捷制造(AgileManufacturing)

11.2.2 精益生产(LeanProduction)

11.2.3 并行工程(ConcurrentEngineering)

<<企业资源计划>>

11.2.4 智能制造系统 (IntelligentManufacturingSystem)

11.2.5 柔性制造技术 (FlexibleManufacturingTechnology)

11.2.6 绿色制造 (GreenManufacturing)

11.3 管理综合自动化技术

11.3.1 计算机集成制造系统(ComputerIntergratedManufacturingSystem)

11.3.2 虚拟制造 (VirtualManufacturing)

11.3.3 分散化网络制造系统 (DispersedNetworkedProductionSystem)

11.4 现代制造系统模式的发展趋势

学习思考题

附录A英文名词术语解析

附录BERP系统指标等级评定方法

附录C《企业资源计划(ERP)及其应用》学习系统内容及使用说明

参考文献

章节摘录

版权页：插图：本案例通过波司登国际控股有限公司前后两次信息化过程的介绍，剖析了民营企业实施信息化的难点及失败原因，通过二次信息化解决方案的成功实施，实现了大型集团各分公司间的信息共享，并使之实现有效控制信息流、物流、资金流的管理目标。

1.企业概况波司登是国内羽绒服龙头企业，共有波司登、康博、雪中飞、冰飞、冰洁等从高端到低端的5大品牌。

羽绒服销售量连续9年全国销量排名第一，市场占有率、市场覆盖率两项指标连续多年遥遥领先。

自创始至今，波司登已经陆续与美国杜邦、日本伊藤忠等世界品牌合作，迅速迈入全球化进程。

除此之外，身为每年生产全球三分之一羽绒服的大厂，在“从中国品牌到全球化品牌”理念的引领下，波司登已经成功进入北美、英国、俄罗斯、日本、加拿大等数10个主流国家和地区的市场。

2007年9月11日，波司登被国家质检总局和“名推委”联合评定为“世界名牌”，成为服装行业第一个，也是目前为止唯一一个“世界名牌”。

波司登的管理模式采取营销中心、产品事业部、分公司、办事处、经销商的三级管理三级核算体系。

其主要营销模式为代销，各分支机构负责本区域内的销售和管理业务。

全国有三个生产基地、五大品牌事业部、三十几家分公司、数十家办事处、4000多家专卖店和商超，300多家外协厂。

2.第一次信息化（1）信息化动因分析公司创始之初，企业是通过人工单据流转程序来实现信息流对商品流的跟踪；通过财务库存资金账来控制进销过程；通过仓库出入账来核查物流过程；通过定期盘点对账来调整账目和商品的损益。

在企业各个程序的连接上只是局限于企业部门内部之间、部门与部门之间的局域网连接，从而导致企业对销售专卖店、代理商最基本的销售和库存信息都不能及时采集，系统的快速反应能力大打折扣。

波司登的信息化进程与波司登在全国的业务布局有很大关系。

与依靠他人渠道或代理做销售的模式不同，波司登坚信“渠道为王”的理念。

所以，波司登的销售终端只有两大类：一是大商场中的专柜，另一个则是波司登自营的专卖店。

特别是后者，这样的专卖店已经在全国开设了4000余家，构成了波司登销售的前沿阵地。

由波司登销售公司对这些专卖店和商场专柜进行管理，它们分布在全国各地，有近100家的数量。

伴随着波司登的业绩日益成长，销售规模不断扩大，这样的销售体系所产生的信息流也在不断膨胀，必须依靠信息系统才能对销售流、信息流和物流进行管理。

波司登的产品业务具有流行周期短、季节性强，市场瞬息万变；库存风险高；产品多样管理复杂；跨地域协同商务困难，无法实现实时监控；财务运作风险高等特点，成为企业发展的重要阻碍。

公司要成为服装业的国际品牌，就要从产品的多元化和开拓新市场这方面进行规划，通过在现有的价值链上仔细分析，分销是一个比较容易着手的方面，也是信息化工程的初始阶段。

回顾波司登的信息化建设之路，正是与它的业绩成长相吻合。

<<企业资源计划>>

编辑推荐

《企业资源计划(ERP)及其应用(第3版)》是普通高等教育“十一五”国家级规划教材,高等学校“十二五”经济管理类规划教材之一。

<<企业资源计划>>

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>