第一图书网, tushu007.com

<<仓储管理实务>>

图书基本信息

书名：<<仓储管理实务>>

13位ISBN编号：9787561832813

10位ISBN编号：7561832818

出版时间：2009-11

出版时间：天津大学出版社

作者：吴新燕　主编

页数：321

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

物流业是融合运输、仓储、货运代理和信息等行业的复合型服务产业，涉及领域广，吸纳就业人数多，促进生产、拉动消费作用大。
经过30多年的改革开放和经济的持续发展，我国物流业得到了快速发展，但总体水平仍较落后。
2009年初，我国政府将物流业列入10大产业振兴规划之列，对于提高我国经济运行质量和效益，优化资源配置，增强综合国力和企业竞争力具有重要意义。
仓储管理是物流管理中的重要环节之一，无论对于物流企业还是企业物流，如何提高仓储工作效率，降低仓储成本，从根本上提高仓储管理水平，是每个企业必须面对的问题。
高职院校承担着培养懂专业、精技能、高素质的技能型专门人才的艰巨任务。
为了实现物流人才的学校培养与企业需求的无缝接轨，本书以教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》为指导，采用“项目式教学”的形式，由高职院校教师和企业物流专家组成编写团队，结合生产实际和最新的仓储管理理论及技术，对仓储管理所需的职业能力进行分解，选取仓库布局和设备、仓库作业流程、商品保管和养护、自动化技术和管理信息系统、仓储经营管理等核心知识模块，结合创业教育、职业道德教育及学生职业技能证书要求，采用全国大学生物流技能竞赛完整的综合项目，由学生通过自主学习和团队合作完成子项目的设计工作，进行项目的投标竞选。
本书在理论知识上力求“够用、实用、最新”，在实践能力培养上力求“全面、丰富、生动”，融“教、学、做”于一体，在资料采编上选取国内外知名公司有代表性的仓储管理案例和在苏南地区有代表性的高新物流中心的相关资料，以期更好地培养学生的实践能力、创造能力、就业能力和创业能力。
本书适用于高职高专物流管理、商品经营等专业的教学，也可作为相关领域在职人员的职业培训和岗位培训用书。

内容概要

本书以教育部《关于全面提高高等职业教育教学质量的若干意见》为指导，采用“项目式教学”的形式，由高职院校教师和企业物流专家组成编写团队，结合生产实际和最新的仓储管理理论及技术，对仓储管理所需的职业能力进行分解，选取仓库布局和设备、仓库作业流程、商品保管和养护、自动化技术和管理信息系统、仓储经营管理等核心知识模块，结合创业教育、职业道德教育及学生职业技能证书要求，采用全国大学生物流技能竞赛完整的综合项目，由学生通过自主学习和团队合作完成子项目的设计工作，进行项目的投标竞选。

书籍目录

项目说明 第一部分 投标邀请函 第二部分 招标项目要求 第三部分 测评标准 第四部分 考核方案项目一 认识仓储行业 内容概要 学习目标 项目1.1 认识仓储与仓储管理 项目1.2 认识仓库与仓库管理项目二 仓储企业的组建 内容概要 学习目标 项目2.1 仓储企业的设立 项目2.2 仓储企业的定位与竞争战略 项目2.3 仓储组织管理项目三 仓库布局和设备 内容概要 学习目标 项目3.1 仓库网点布局与选址 项目3.2 仓库内部布局 项目3.3 仓库设备项目四 仓库作业流程 内容概要 学习目标 项目4.1 入库作业 项目4.2 在库作业 项目4.3 出库管理项目五 商品保管和养护 内容概要 学习目标 项目5.1 库存商品养护方法 项目5.2 特殊商品的保管 项目5.3 仓库安全管理项目六 仓储增值业务 内容概要 学习目标 项目6.1 流通加工 项目6.2 商品分拣 项目6.3 配送项目七 仓储经营管理 内容概要 学习目标 项目7.1 库存控制管理 项目7.2 仓储商务管理 项目7.3 仓储绩效管理项目八 仓储自动化技术与管理信息系统 内容概要 学习目标 项目8.1 现代仓储自动化技术 项目8.2 仓储信息系统项目九 VMI在企业中的应用 内容概要 学习目标参考文献

章节摘录

定位理论最初是基于市场营销的传播效果而提出的，现在其含义已经扩展至整个企业经营领域。随着仓储市场竞争的加剧，市场上同类企业越来越多，受制于企业资源的限制，仓储企业必须对市场进行一定的细分，突出自己优势，才能在竞争中占据一席之地。
具体来讲，可以从以下三个方面对仓储企业进行定位：　　（一）功能定位　　仓储企业的功能定位是从整个战略层面上的定位，是指仓储企业需要具备怎样的仓储功能。
仓储企业虽然总体上是提供仓储服务的，但仓储是一个很大的系统，又包含着很多其他的子系统。
对仓储企业的功能定位可以从以下几个方面来考虑：首先要考虑的是多元化经营还是一元化经营，这是关于仓储企业是只提供单一的仓储服务还是在仓储服务的基础上开展其他服务的决策；其次要考虑的是提供怎样的仓储功能，是提供用于一般商品仓储的功能还是提供特殊商品仓储的功能，这决定了仓储企业需配置什么样的资源，如建设什么类型的仓库等来满足这种功能；再次是功能层次的定位，是面向大众发展基础型功能，还是针对现代仓储技术发展一个现代化的仓储企业等。
　　（二）客户定位　　客户是仓储企业生存和发展的基础。
在仓储企业定位过程中，要明确企业重点客户在哪里。
这就要对客户的区域分布进行研究，对客户的层次进行研究。
具体来说，客户定位包括，客户的区域分布定位，是提供全国范围内的仓储服务，还是提供区域范围或是本市客户的服务；客户的数量定位，是针对少数客户来组建仓储企业，提供较全面的服务，还是针对广泛的客户，提供大众化的服务。
另外，客户的定位还可以分为定位于某类行业的客户，还是众多行业的客户等。
　　（三）产品与服务定位　　作为服务行业，仓储企业提供的产品即是仓储服务，产品或服务的定位不同于企业的功能定位，功能定位更多是指企业的能力，企业具不具备这个功能，而产品或服务定位是企业的经营理念与服务的差异。
对于产品与服务定位的分类有很多，但这里我们主要按企业的服务理念来分。
仓储企业可以是定位于服务领先型、效率领先型或是成本领先型。
选择哪一种，关键在于企业自身优势以及所服务企业的要求和仓储商品的性质。
如针对快速消费品储存的仓储企业来说，可以定位在提供效率领先型的产品提供上。
三、仓储企业的竞争战略设计在竞争激烈的仓储市场上，仓储企业必须制定适合自身竞争优势发挥的基本竞争战略。
基本竞争战略是由美国哈佛商学院著名的战略管理学家迈克尔·波特提出的。
基本竞争战略有三种：总成本领先战略、差异化战略、集中化战略。
企业必须从这三种战略中选择一种，作为其主导战略。
要么把成本控制到比竞争者更低的程度；要么在企业产品和服务中形成与众不同的特色，让顾客感觉到你提供了比其他竞争者更多的价值。

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