

<<供应链管理导学（共3册）>>

图书基本信息

书名：<<供应链管理导学（共3册）>>

13位ISBN编号：9787304035556

10位ISBN编号：7304035552

出版时间：2006-3

出版时间：厉嘉玲、唐玉兰、李凤山 中央广播电视大学出版社 (2006-03出版)

作者：厉嘉玲，等编

页数：249

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>

<<供应链管理导学（共3册）>>

前言

本书是根据供应链管理课程教学大纲的教学要求和《供应链管理》教材的内容编写而成的，在编写中力求做到重点突出、兼顾一般，在内容编写和体例编排上，我们在每章中设计了以下四个学习模块：
1. 学习指引。

根据教材内容和教学要求提出学习建议和重点内容，指导学习方法，并对各章结构进行梳理，从而对学员学习起指引作用，提高学习效率。

2. 内容精要。

按照教学大纲的要求对教材中重点问题和精要之处进行提示和归纳，起强化和提醒的作用。

3. 相关资料。

根据教材内容和专业培养目标，将收集、整理的一些专家、学者的研究成果奉献给学员，通过相关资料的介绍，扩大学员的视野。

4. 综合练习。

按照课程特点和考核的相关要求，分为名词解释、单项选择题、多项选择题、判断分析题、问答题五种题型，通过演练习题，巩固所学知识。

为了便于学员学习，我们还制作了计算机辅助教学光盘（CAI课件），目的在于帮助学员全面、系统地掌握课程的主要内容，为学员的自主化学习提供服务。

本导学第一、二、三、八章由唐玉兰编写；第四、五、六、七章由李凤山编写；第九、十、十一、十二章由厉嘉玲编写。

全书由姚振美、唐玉兰、李凤山策划，厉嘉玲审阅、统稿。

<<供应链管理导学（共3册）>>

内容概要

《教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材：供应链管理导学学习包（套装共3册）》是根据供应链管理课程教学大纲的教学要求和《供应链管理》教材的内容编写而成的，在编写中力求做到重点突出、兼顾一般，在内容编写和体例编排上，我们在每章中设计了以下四个学习模块： 1. 学习指引。

根据教材内容和教学要求提出学习建议和重点内容，指导学习方法，并对各章结构进行梳理，从而对学员学习起指引作用，提高学习效率。

2. 内容精要。

按照教学大纲的要求对教材中重点问题和精要之处进行提示和归纳，起强化和提醒的作用。

3. 相关资料。

根据教材内容和专业培养目标，将收集、整理的一些专家、学者的研究成果奉献给学员，通过相关资料的介绍，扩大学员的视野。

4. 综合练习。

按照课程特点和考核的相关要求，分为名词解释、单项选择题、多项选择题、判断分析题、问答题五种题型，通过演练习题，巩固所学知识。

<<供应链管理导学（共3册）>>

书籍目录

第一章 供应链管理基础第二章 供应链的构建第三章 供应链的合作伙伴选择第四章 供应链管理方法第五章 供应链管理环境下的生产计划与控制第六章 供应链库存管理第七章 供应链成本管理第八章 供应链管理中的信息技术第九章 供应链上的关系管理第十章 供应链环境下的业务流程重组战略第十一章 供应链的绩效评价第十二章 供应链管理的现代发展综合练习参考答案主要参考文献

章节摘录

插图：一、客户关系管理及其实施步骤（一）客户关系管理客户关系管理（CRM）就是指通过对客户行为长期地、有意识地施加某种影响，以强化公司与客户之间的合作关系。

客户关系管理旨在通过培养公司的客户（包括内部客户和外部客户）对该公司的产品或服务更积极的偏爱或偏好，留住他们并以此作为提升公司营销业绩的一种策略与手段。

（二）客户关系管理的实施步骤为了成功地实施CRM项目，企业大致需要完成下面的步骤：（1）根据企业现行业务状况进行需求分析；（2）明确企业要实现的目标；（3）建立团队，统一观念，加强培训；（4）设计总体方案和制定项目规划；（5）选择最适合企业情况的解决方案；（6）高层管理者的支持和企业全员的参与；（7）制定实施计划、步骤和阶段性衡量标准；（8）设定TCO和ROI指标；（9）功能参数配置、系统调试和上线准备；（10）系统投入运行和优化。

二、客户内涵及目前客户需求出现的新特点（一）客户的内涵王见代客户管理中的客户，其内涵已扩大化，营销学中顾客、公司内部上流程与下流程的工作人员皆称为客户。

客户不一定是产品或服务的最终接受者。

处于供应链下游的企业是上游企业的客户，他们可能是批发商、零售商和物流商，而最终的接受者是消费产品和服务的人或机构。

客户不一定是用户。

处于供应链下游的批发商、零售商是生产商的客户，只有当他们消费这些产品和服务时，他们才是用户。

客户不一定在公司之外，内部客户日益引起重视，它使企业的服务无缝连接起来。

在供应链环境下，个体的客户和组织的客户都统称为客户，因此客户是相对于产品或服务提供者而言的，他们是所有接受产品或服务的组织和个人的统称。

<<供应链管理导学（共3册）>>

编辑推荐

《供应链管理导学(共3册)》为教育部人才培养模式改革和开放教育试点教材之一。

<<供应链管理导学（共3册）>>

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>