

<<服装快速反应系统>>

图书基本信息

书名：<<服装快速反应系统>>

13位ISBN编号：9787506446808

10位ISBN编号：7506446804

出版时间：2008-1

出版时间：中国纺织

作者：谢红,周旭东,等

页数：214

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>

<<服装快速反应系统>>

内容概要

快速反应战略最初在纺织服装行业兴起，是一个复杂的、动态的经济运行系统，其中包含了大量的先进管理理念和信息技术。

本书对伴随系统发展出现的管理理论和信息产品展开介绍，在读者对此全面了解的基础上给出了实施的具体方案、方法。

本书图文并茂，系统梳理、详尽叙述的内容适合行业管理者、院校师生及研究人员使用。

<<服装快速反应系统>>

书籍目录

基础篇 服装快速反应系统的基本理论 第一章 服装快速反应战略 第一节 服装快速反应战略的形成背景 第二节 服装快速反应战略的发展过程 第二章 服装快速反应系统 第一节 服装快速反应系统的定义 第二节 服装快速反应系统的内涵 一、服装快速反应系统的形式与组成 二、服装快速反应系统的多样性思想篇 支撑服装快速反应系统发展的先进管理理论 第三章 企业流程再造 第一节 企业流程再造的基本理论 一、企业流程再造理论的产生背景 二、企业流程再造的基本内涵 三、流程的识别 四、流程的描述方法 五、企业流程再造的方法 六、流程再造的作用 第二节 服装企业的流程再造 一、服装市场的需求特性与应对 二、传统服装企业的业务形态缺陷 三、服装企业业务流程再造 第四章 供应链管理 第一节 供应链管理的概念 第二节 纺织服装供应链模式 一、贸易类服装企业为主协调的供应链 二、服装零售商为主协调的供应链 三、服装生产商为主协调的供应链 四、集团整合型纺织服装供应链 第三节 供应链管理的方法及内容 一、供应链管理的方法 二、供应链管理的基本模型 三、供应链管理的关键问题 第四节 服装供应链管理 一、服装快速反应供应链策略 二、服装供应链管理中的库存控制 第五章 服装网络营销 第一节 网络营销的基本理论 一、网络营销的概念 二、网络营销的核心内容 三、网络营销的SWOT分析 第二节 服装网络营销的特点和困难 一、服装网络营销的特点 二、服装网络营销的发展现状和困难 第三节 服装网络营销的战略战术 一、构筑便捷的网络营销供应链 二、利用网络作为理想的广告媒体 三、利用搜索引擎拓展企业市场 四、构建理想的网络购物空间技术篇 构建服装快速反应系统的信息化产品与工程实施篇 服装快速反应系统的实施参考文献

<<服装快速反应系统>>

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>