

《服装企业信息化》

图书基本信息

书名：《服装企业信息化》

13位ISBN编号：9787506431576

10位ISBN编号：7506431572

出版时间：2005-1

出版社：中国纺织出版社

作者：宁俊主编/牛继舜等编

页数：323

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

前言

纺织服装业是历史悠久的传统产业，从18世纪产业革命开始直至现在，在产业部门中一直占据重要地位，在国际贸易领域始终令人瞩目。从工业化和经济发展的一般规律来看，纺织服装业往往是一个国家或地区工业化初期的主导产业，随后纺织品和服装成为其对外贸易中最主要的出口产品。随着经济全球化的发展和各国经济结构的变化，纺织服装业本身正在从劳动密集型逐步向技术密集型转变，发达国家的资金、技术和发展中国家的劳动力比较优势，不断改变着世界纺织品服装生产和贸易的格局。

加入WTO是中国经济融入世界经济的战略性选择。中国是世界上最大的纺织服装生产国和出口国，出口竞争力强，市场准入度高，占中国工业增加值的8%，目前有约12万家企业，是全国32个行业中的第二大行业，又是中国最大的创汇行业。人世之后，中国纺织服装业首先融入经济全球化潮流，若能有效地抓住普遍看好的发展机遇，减少市场准入可能带来的风险，其在国民经济中的重要地位将会日益巩固。

加入WTO以来，市场急剧变化，国际名牌服装更大量地涌进国门，外商用他们“老到”的经营谋略与我国服装企业挤占市场，争抢份额，势必加大国内服装企业的竞争压力。中国的服装企业只有真正与国际接轨，在企业管理能力、科技水平、市场运作观念与手段上真正取得平等对话的实力，才能在国际大环境中生存。

因此，人世后的服装企业领导人面临着许多新问题：企业领导者是生产者还是经营管理者企业的动力到底从何而来合理化的管理过程究竟是什么这些经营与管理难题都需要有效的经营管理理论指导。目前，服装经营与管理学科仍在发展之中，其新的学科体系也尚未确定，还在探索。

《服装企业信息化》

内容概要

《服装企业信息化》紧密围绕服装企业的生产与管理过程，从服装企业信息化建设、应用和管理的角度出发，系统地阐述了有关信息技术的发展过程、基本概念、功能特点、方法步骤等，较为详细地介绍了以下信息技术在服装企业的应用：计算机辅助设计(CAD)、计算机辅助工艺设计(CAPP)、计算机辅助制造(CAM)、计算机集成制造系统(CIMS)、管理信息系统(MIS)、企业资源规划(ERP)、供应链管理(SCM)、客户关系管理(CRM)以及服装产业如何实施电子商务等。

《服装企业信息化》注重现代信息理论与信息技术的结合、服装企业现代化建设与信息化的结合，配有丰富的服装企业实践案例。《服装企业信息化》既可作为高等院校服装企业管理、服装工程等专业教材或教学参考书，又可作为各类成人教育培训机构培训教材，也适合服装企业领导、技术人员和管理人员使用。《服装企业信息化》对于服装企业实施信息化具有较强的指导作用，对自学者亦有重要的参考价值。

书籍目录

第一篇 服装信息化导论 第一章 企业信息化 第一节 企业信息化的概念与内涵 第二节 企业信息化的内容与范围 第三节 企业信息化的效益 第四节 企业信息化的目标与重点 第五节 企业信息化的实施原则 第二章 服装企业信息化 第一节 服装企业信息化的必要性 第二节 服装纺织行业信息化的发展历程 第三节 服装企业信息化的技术方法 第四节 服装企业信息化的策略 第二篇 服装生产过程信息化 第三章 计算机辅助设计CAD 第一节 CAD概述 第二节 CAD系统的构成 第三节 服装CAD技术 第四节 服装CAD产品 第四章 计算机辅助工艺设计CAPP 第一节 CAPP概述 第二节 CAPP的类型 第三节 CAPP系统的实施 第四节 服装CAPP 第五节 服装CAPP软件介绍 第六节 服装CAPP应用举例 第五章 计算机辅助制造CAM 第一节 CAM概述 第二节 CAM系统概况 第三节 服装CAM技术与系统 第四节 服装CAM系统选型 第五节 新一代CAM系统介绍 第六章 计算机集成制造系统CIMS 第一节 CIMS概述 第二节 服装CIMS工程的现状 第三节 实现CIMS的关键技术 第四节 服装CIMS系统的实施过程 第五节 服装企业CIMS案例 第三篇 服装管理信息化 第七章 服装企业信息系统的建设 第一节 服装企业信息系统概述 第二节 服装企业信息系统的开发过程 第三节 服装分销信息系统 第四节 服装企业MIS开发过程中存在的问题及开发策略 第五节 服装企业MIS成功案例分析 第八章 服装企业资源计划ERP的实施 第一节 服装企业ERP概述 第二节 服装企业ERP系统的功能模块 第三节 ERP的计划层次及计划的编制方法 第四节 典型服装ERP软件 第五节 服装行业ERP成功案例分析 第九章 供应链管理SCM 第一节 供应链与供应链管理 第二节 服装企业的供应链管理 第三节 服装品牌营销供应链管理 第四节 服装供应链设计实例 第十章 客户关系管理CRM 第一节 客户关系管理概述 第二节 CRM项目实施的风险分析和投资回报分析 第三节 服装企业客户关系管理项目的实施 第四节 服装行业客户关系管理软件供应商解决方案 第十一章 电子商务 第一节 电子商务概述 第二节 电子商务的实现技术 第三节 纺织服装行业电子商务应用 第四节 纺织服装行业电子商务系统 第五节 电子商务应用系统案例参考文献

第一章 企业信息化 学习目的 1.了解企业信息化的概念和内涵。 2.重点掌握企业信息化的应用范围。 3.了解企业信息化的经济效益和社会效益。 4.理解掌握企业信息化的实施原则。

国家经济的发展速度取决于企业社会化大生产的活跃程度，中国经济的发展也毫无例外地遵循这个事实。自改革开放以来，中国经济在公有制经济成熟的基础上，涌现出大量的，包括个体、合营、股份等类型企业在内的非公有制型企业，它们是发展中国经济最活跃的因素。事实表明：企业生产能力的提高，多种经济产业的结合以及科学的营运流程带动了中国经济今天的飞速性发展。从企业经营学角度看：企业产品的销售、企业技术开发能力、企业文化和企业抵御风险能力是企业经营中四个最主要的因素。而当前，企业在发展中除了需要注意把握以上四个因素外，在新经济发展的今天还不能错过开展企业信息化的这一历史机遇。

第一节 企业信息化的概念与内涵

一、企业信息化的概念

企业信息化最初源于1993年美国率先提出“信息高速路计划”，此后日本、德国等国纷纷仿效提出各自国家的信息化发展战略，当时它们提出的信息化泛指整个社会的信息化，而企业信息化是其中最重要的组成部分。

企业信息化是企业实现信息化的过程，指企业利用现代化的信息处理技术和信息设备、网络技术和网络设备、自动控制技术和现代化的通讯系统等现代信息技术和产品，通过信息资源的深入开发和广泛利用，在企业的生产、经营、管理等各个层次、各个环节和各个方面，全方位、多角度、高效而安全地更新和改造传统的生产技术、工艺以及管理方式，充分整合、广泛利用企业内外信息资源，以实现通过信息流来控制物质流和能源流；通过信息资源的开发和信息技术的有效利用来提高企业的生产能力与经营管理效率和水平，进而提高企业生产、经营和管理水平，提高企业经济效益和企业竞争力。

编辑推荐

中国市场营销资格证书考试简介 为逐步将营销人才的培训和使用纳入职业化、规范化、国际化管理的轨道，促进企业营销队伍专业化进程，教育部考试中心与中国市场学会决定在全国联合开展中国市场营销资格证书的考试工作。该考试证书共分《中国市场营销总监资格证书》、《中国市场营销经理资格证书》和《中国市场营销经理助理资格证书》三种，由教育部考试中心和中国市场学会联合签署颁发。本资格证书不仅为考生提供了自身营销管理水平的权威认证，更增强了证书持有者求职就业的竞争力，并为各相关机构录用或考核营销人员提供了权威依据。

精彩短评

- 1、很好的一本书，值得学习！

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：www.tushu000.com