



۱۳	فصل اول	آشنایی با مدیریت زنجیره تأمین
۱۴		۱-۱- تعریف زنجیره تأمین
۱۵		۲-۱- تعریف مدیریت زنجیره تأمین
۱۶		۳-۱- تاریخچه
۱۷		۴-۱- هدف زنجیره تأمین
۱۹		۵-۱- فازهای تصمیمی در یک زنجیره تأمین
۲۰		۶-۱- دو دیدگاه متفاوت در فرایندهای زنجیره
۲۳		۷-۱- فرایندهای اصلی زنجیره تأمین
۲۵		۸-۱- پنج سطح عملکرد مدیریت زنجیره تأمین
۲۵		۹-۱- انتخاب تأمین کننده
۲۶		۱۰-۱- مشکلات زنجیره تأمین
۲۷		۱۱-۱- شاخه های کلیدی زنجیره تأمین
۲۸		۱۲-۱- اندازه گیری عملکرد
۲۹		۱-۱۲-۱- شاخص های اندازه گیری عملکرد
۲۹		۲-۱۲-۱- انواع طرح های سیستم های شاخص
۳۰		۳-۱۲-۱- شاخص های کلیدی عملکرد برای مدیریت زنجیره تأمین
۳۰		۱۳-۱- عدم قاطعیت زنجیره تأمین
۳۱		۱۴-۱- مکان در مدیریت زنجیره تأمین
۳۳		۱۵-۱- مزایای زنجیره تأمین
۳۵	فصل دوم	لجستیک
۳۶		۱-۲- تاریخچه
۳۷		۲-۲- مفهوم لجستیک
۳۹		۳-۲- عوامل و اجزای لجستیک
۳۹		۱-۳-۲- رابطه بین اجزای لجستیک
۴۱		۲-۳-۲- ضرورت مدیریت یک پارچه لجستیک



۴۳	۲-۳-۳- پیش بینی
۴۴	۲-۳-۴- مدیریت موجودی
۴۴	۲-۳-۵- حمل و نقل
۴۴	۲-۳-۶- جابجایی مواد
۴۵	۲-۳-۷- انبارداری و مدیریت انبار
۴۵	۲-۳-۸- بسته بندی
۴۷	۲-۴- شناسایی تصمیمات مورد توجه در لجستیک
۴۸	۲-۵- نقش لجستیک در زنجیره تأمین
۵۰	۲-۶- برون سپاری
۵۳	۲-۶-۱- مزایای برون سپاری
۵۳	۲-۶-۲- معایب برون سپاری

فصل سوم مشتری مداری در مدیریت زنجیره تأمین

۵۷	۳-۱- ارزش مشتری
۵۸	۳-۱-۱- ابعاد ارزش مشتری
۵۹	۳-۱-۲- معیارهای اندازه‌گیری ارزش مشتری
۶۲	۳-۲- فناوری اطلاعات و ارزش مشتری

فصل چهارم هماهنگی در زنجیره تأمین

۶۹	۴-۱- تأثیر عدم هماهنگی بر عملکرد زنجیره تأمین
۷۰	۴-۲- موانع ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین
۷۲	۴-۳- اهرم‌های مدیریتی برای ایجاد هماهنگی در زنجیره تأمین
۷۵	۴-۴- ایجاد مشارکت‌های راهبردی و اعتماد در زنجیره تأمین

فصل پنجم طراحی شبکه در زنجیره تأمین

۷۹	۵-۱- تصمیمات مربوط به طراحی شبکه در زنجیره تأمین
۸۰	۵-۱-۱- عوامل مؤثر بر تصمیمات طراحی شبکه

۸۳	۵-۱-۲- چارچوبی برای تصمیمات طراحی شبکه
۸۴	۵-۲- طراحی شبکه تأمین
۸۶	۵-۳- جمع‌آوری داده‌ها برای طراحی شبکه زنجیره تأمین
۸۷	۵-۴- طراحی شبکه توزیع
۸۷	۵-۴-۱- کانال توزیع
۸۸	۵-۴-۲- عوامل تأثیرگذار بر روی طراحی شبکه‌های توزیع
۸۹	۵-۴-۳- تصمیمات مربوط به طراحی شبکه توزیع
۹۲	۵-۴-۴- راهبردهای رایج برای طراحی یک شبکه توزیع
۹۶	۵-۴-۵- انتخاب راهبرد شبکه توزیع
۹۸	۵-۴-۶- شبکه‌های توزیع در عمل

فصل ششم مدیریت موجودی

۹۹	
۱۰۰	۶-۱- انواع موجودی
۱۰۱	۶-۱-۱- موجودی چرخه‌ای
۱۰۷	۶-۱-۲- موجودی اطمینان
۱۱۲	۶-۱-۳- موجودی در راه
۱۱۲	۶-۱-۴- موجودی فصلی
۱۱۲	۶-۲- تعیین سطح بهینه دسترسی به محصول

فصل هفتم اثر شلاق چرمی و تسهیم اطلاعات

۱۱۵	
۱۱۶	۷-۱- تعریف اثر شلاق چرمی
۱۱۷	۷-۲- عوامل ایجادکننده اثر شلاق چرمی
۱۱۹	۷-۳- راه‌های کاهش اثر شلاق چرمی
۱۲۰	۷-۴- تسهیم اطلاعات
۱۲۱	۷-۵- بازی نوشابه
۱۲۲	۷-۵-۱- خرده فروش



۱۲۵	۷-۵-۲- عمده فروش
۱۲۹	۷-۵-۳- کارخانه نوشابه‌سازی
۱۳۱	۷-۵-۴- درسهای مهم مسأله

فصل هشتم حمل و نقل در زنجیره تأمین

۱۳۷	فصل هشتم حمل و نقل در زنجیره تأمین
۱۳۹	۸-۱- عوامل مؤثر بر تصمیمات حمل و نقل
۱۴۱	۸-۲- گزینه‌های طراحی شبکه حمل و نقل
۱۴۲	۸-۲-۱- مقایسه‌های هزینه‌ای طراحی شبکه حمل و نقل
۱۴۴	۸-۳- حمل و نقل متناسب
۱۴۶	۸-۴- مباحث تاکتیکی و عملیاتی حمل و نقل در مدیریت زنجیره تأمین
۱۴۶	۸-۴-۱- مسیریابی
۱۴۷	۸-۴-۲- انواع مسیریابی و زمانبندی وسیله نقلیه
۱۴۹	۸-۴-۳- روش تخصیص تعمیم یافته
۱۵۰	۸-۴-۴- تعیین توالی مشتریان درون مسیرها
۱۵۱	۸-۴-۵- چند اصل برای مسیریابی و زمانبندی بهتر
۱۵۲	۸-۵- حمل و نقل دریایی و نقش بنادر در لجستیک و زنجیره تأمین
۱۵۴	۸-۵-۱- چگونگی شکل‌گیری بنادر نسل سوم
۱۵۶	۸-۵-۲- نقش بنادر نسل سوم در لجستیک و مدیریت زنجیره تأمین

فصل نهم انتخاب تأمین‌کنندگان

۱۶۳	فصل نهم انتخاب تأمین‌کنندگان
۱۶۴	۹-۱- ارزیابی و انتخاب تأمین‌کنندگان
۱۶۶	۹-۲- فرآیند مرحله‌ای انتخاب تأمین‌کنندگان

فصل دهم فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۱۷۱	فصل دهم فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین
۷۹	۱۰-۱- نقش فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین
۱۷۵	۱۰-۱-۱- شبکه‌ها و زنجیره‌های تأمین
۱۷۵	۱۰-۱-۲- کاربردهای فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین

۱۷۶	۱۰-۱-۳- عوامل مؤثر در استفاده از فناوری اطلاعات در مدیریت زنجیره تأمین
۱۷۷	۱۰-۲- شرایط لازم برای رسیدن به اهداف فناوری اطلاعات
۱۸۳	۱۰-۳- فرایندهای عمده زنجیره تأمین و نقش فناوری اطلاعات در بهبود آنها
۱۸۵	۱۰-۴- استراتژی‌های زنجیره تأمین در بازارهای B2B
۱۸۶	۱۰-۴-۱- سیر تکاملی بازارهای B2B
۱۸۸	۱۰-۴-۲- سیر تکاملی مدیریت زنجیره تأمین
۱۹۰	۱۰-۴-۳- ارتباط بین مبادلات B2B و مدیریت زنجیره تأمین
۱۹۲	۱۰-۴-۴- ادغام استراتژی‌ها برای شرکت‌های کوچک و متوسط (SME)

فصل یازدهم سیستم‌های اطلاعاتی زنجیره تأمین

۱۹۵	
۱۹۶	۱۱-۱- مدیریت زنجیره تأمین سنتی و الکترونیکی
۲۰۲	۱۱-۲- هوشمندی زنجیره تأمین
۲۰۲	۱۱-۳- سیستم‌های اطلاعاتی زنجیره تأمین
۲۰۲	۱۱-۳-۱- سیستم‌های داده‌های ثابت و محاسبه استهلاك
۲۰۳	۱۱-۳-۲- سیستم انبار (موجودی کالا)
۲۰۴	۱۱-۳-۳- سیستم خرید
۲۰۶	۱۱-۳-۴- سیستم فروش
۲۰۷	۱۱-۴- مدیریت زنجیره تأمین و تجارت الکترونیک
۲۰۸	۱۱-۴-۱- مزایای استفاده از تجارت الکترونیک در زنجیره تأمین
۲۰۸	۱۱-۴-۲- تجارت الکترونیک در برنامه ریزی منابع سازمان

فصل دوازدهم زنجیره تأمین سبز

۲۰۹	
۲۱۰	۱۲-۱- محیط زیست
۲۱۱	۱۲-۲- برقراری استاندارد زیست‌محیطی ایزو ۱۴۰۰۱
۲۱۱	۱۲-۲-۱- بهره‌وری سبز و ایزو ۱۴۰۰۱
۲۱۲	۱۲-۲-۲- مزایای استاندارد ایزو ۱۴۰۰۱
۲۱۲	۱۲-۳- مدیریت زنجیره تأمین سبز



۲۱۳	۱-۳-۱۲- مولفه های زنجیره تامین سبز
۲۱۵	۲-۳-۱۲- سبز کردن زنجیره تامین چیست؟
۲۱۸	۳-۳-۱۲- تأمین کنندگان و مدیریت زنجیره تامین سبز
۲۱۸	۴-۱۲- زنجیره تأمین سبز، رضایت شغلی کارکنان، بهره‌وری عملیاتی و عملکرد سازمانی
۲۲۱	فصل سیزدهم تولید در کلاس جهانی
۲۲۲	۱-۱۳- تعریف
۲۲۴	۲-۱۳- فلسفه تولید در کلاس جهانی
۲۲۵	۳-۱۳- مؤلفه های اساسی مدیریت تولید در کلاس جهانی
۲۲۸	۴-۱۳- الگوهای سرآمدی تولید
۲۳۰	۵-۱۳- ابزارها و روش های تولید در کلاس جهانی
۲۳۱	۱-۵-۱۳- نگهداری بهره ور جامع TPM
۲۳۴	۲-۵-۱۳- مدیریت کیفیت فراگیر TQM
۲۳۴	۳-۵-۱۳- مهندسی مجدد فرایندهای کسب و کار BPR
۲۳۴	۴-۵-۱۳- شش سیگما
۲۳۵	۵-۵-۱۳- برنامه ریزی مواد مورد نیاز (MRP)
۲۳۵	۶-۵-۱۳- برنامه ریزی منابع ساخت (MRPII)
۲۳۶	۶-۱۳- تولید الکترونیکی
۲۳۷	۱-۶-۱۳- توانمند سازی ابزار برای تولید الکترونیکی
۲۳۷	۲-۶-۱۳- ابزارهای انتقال داده ها و اطلاعات
۲۴۰	۳-۶-۱۳- کیفیت الکترونیکی
۲۴۲	۴-۶-۱۳- کانبان الکترونیکی
۲۴۲	۵-۶-۱۳- نگهداری و تعمیرات الکترونیکی
۲۴۳	۶-۶-۱۳- الگو برداری الکترونیکی
۲۴۳	۷-۱۳- ویژگیهای شرکتیهای که در کلاس جهانی تولید می کنند چیست؟
۲۵۴	منابع و مأخذ