

بسمه تعالی

۲۲۸۹۹۹۹

کاربرد داده‌کاوی در سیاست‌گذاری
کلان مدیریت زنجیره تأمین
به همراه مثال کاربردی در صنعت خودرو

تألیف و گردآوری:
ولی‌اله رجبی

سرشناسه	: رجیب، ولی اله، ۱۳۶۲-
عنوان و نام پدیدآور	: کاربرد داده کاوی در سیاست گذاری کلان مدیریت زنجیره تامین به همراه مثال کاربردی در صنعت خودرو/ تالیف و گردآوری ولی اله رجیب.
مشخصات نشر	: تهران: موسسه آموزشی تألیفی ارشدان، ۱۴۰۱.
مشخصات ظاهری	: ۸۸ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۰۰۸-۲۹۴۹-۲
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: تدارکات بازرگانی - مدیریت Business logistics - Management اتومبیل ها -- صنعت و تجارت Automobile industry and trade
رده بندی کنگره	: HD۲۸/۵
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۵۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۸۱۱۶۴۱
اطلاعات رکورد کتابشناسی	: فیپا

www.ketab.ir ارشدان مؤسسه آموزشی تألیفی ارشدان

کاربرد داده کاوی در سیاست گذاری کلان مدیریت
زنجیره تامین به همراه مثال کاربردی در صنعت خودرو

ولی اله رجیب

آموزشی تألیفی ارشدان

اول

اول ۱۴۰۱

www.irantypist.com

www.irantypist.com

۹۷۸-۶۲۲-۰۰۸-۲۹۴۹-۲

۱۰۰۰

www.arshadan.com

www.arshadan.net

۰۲۱۴۷۶۲۵۵۰۰

۴۵۰۰۰ تومان

■ نام کتاب:

■ تالیف و گردآوری:

■ ناشر:

■ ویرایش:

■ نوبت چاپ:

■ حروفچینی و صفحه آرایی:

■ طراح و گرافیکست:

■ شابک:

■ شمارگان:

■ مرکز خرید آنلاین:

■ مرکز پخش و توزیع:

■ قیمت:

به نام ایزد دانا که آغاز و انجام از آن اوست

هرگز دل من ز علم محروم نشد کم ماند زاسرار که مفهوم نشد
اکنون که به چشم عقل در می نگرم معلوم شد که هیچ معلوم نشد

ای دانای بی همتا، ای بخشنده ایی که ناخواسته عطا فرمایی و هر نیازمندی را به عدالت بی نیاز گردانی، مگر اینکه نالایق باشد و آن عنایت را به بازگونه از دست دهد. در عرصه پیشرفت تکنولوژی در هزاره سوم، هنوز نیاز بر مطالعه کتاب در کنار استفاده از منابع کامپیوتری و اینترنت احساس می شود. از این بابت خوشحالیم که می توانیم در جهت اعتلای علم، دانش و فرهنگ کشور قدمی هر چند کوچک برداریم.

و من الله التوفیق

دکتر شمس الدین یوسفیان

مدیر مسئول انتشارات ارشدان

فهرست مطالب

۹	پیشگفتار
۱۱	فصل اول
۱۲	۱_ ابزارهای کاربردی مطالعات استراتژیک در صنعت
۱۳	۱_۱_ ارکان جهت‌ساز سازمان
۱۳	۱_۲_ تحلیل محیطی کسب و کار
۱۳	۱_۲_۱_ تحلیل محیط دور بر مبنای مدل PESTLE
۱۵	۱_۲_۲_ مدل تحلیل محیط صنعت (محیط نزدیک) از طریق آنالیز پورتر
۱۶	۱_۲_۳_ تحلیل محیط داخلی سازمان
۱۸	۳_۱_ شناسایی و تجزیه و تحلیل ذینفعان سازمان
۲۰	۴_۱_ استراتژی‌های کلان شرکت
۲۱	۵_۱_ ماتریس SWOT و شناسایی گزینه‌های استراتژیک
۲۳	۶_۱_ ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک -SPACE
۲۴	۷_۱_ ارزیابی فاکتورهای کلیدی موفقیت (KSF)
۲۷	۸_۱_ استراتژی‌های سطح کسب و کار
۲۹	۹_۱_ کارت امتیازی متوازن (BSC) روشی برای پیاده‌سازی استراتژی‌ها در عمل
۳۱	فصل دوم
۳۲	۲_ مروری بر مفاهیم زنجیره تأمین
۳۴	۲_۱_ اصول زنجیره تأمین
۳۵	۲_۲_ عناصر و اجزاء مدیریت زنجیره تأمین
۳۵	۲_۳_ مدیریت روابط در زنجیره تأمین
۳۶	۲_۴_ مشکلات مدیریت زنجیره تأمین
۳۷	۲_۵_ راهبردها و فرایندهای اصلی مدیریت زنجیره تأمین
۳۸	۲_۶_ مدیریت اطلاعات و دانش و زنجیره تأمین کالا
۳۹	۲_۷_ خرید و مدیریت زنجیره تأمین
۳۹	۲_۸_ فرایند خرید
۴۰	۲_۹_ راهبردهای نوین مدیریت خرید
۴۱	۲_۱۰_ بررسی سلسه‌مراتب مدیریتی در زنجیره

۴۳	فصل سوم
۴۴	۳_ مروری بر مفاهیم داده کاوی
۴۶	۳_۱_ خروجی‌های داده کاوی
۴۷	کلاس بندی
۴۷	تخمین و پیش‌بینی
۴۷	گروه‌بندی شباهت یا قوانین وابستگی
۴۷	توصیف و نمایه‌سازی
۴۸	۳_۲_ مدل‌ها و ابزارهای داده کاوی
۴۹	درخت تصمیم‌گیری
۵۰	الگوریتم‌های درخت تصمیم‌گیری
۵۱	تحلیل خوشه‌ای
۵۲	روش خوشه‌بندی k-میانگین
۵۳	روش‌های سلسله‌مراتبی
۵۴	روش خوشه‌بندی دو مرحله‌ای
۵۴	شبکه عصبی مصنوعی
۵۶	شبکه عصبی پرسپترون ساده
۵۶	شبکه عصبی پرسپترون چند لایه (MLP)
۵۷	فصل ۴
۵۸	۴_ پیاده‌سازی رده بندی تأمین‌کنندگان بر مبنای نظام TIRING
۵۸	۴_۱_ بررسی روندهای صنعت خودرو با تمرکز بر موارد مرتبط با زنجیره تأمین خودروسازان
۵۹	۴_۲_ تغییر استراتژی‌های منبع‌یابی خودروسازان
۵۹	۱- افزایش تمرکز در صنعت قطعه‌سازی
۵۹	۲- افزایش نقش تأمین‌کنندگان در فرآیندهای طراحی محصول
۶۰	۳- تغییر منطق مدیریت زنجیره تأمین از تحت سلطه به رابطه‌ای
۶۱	۴_۳_ تغییر در زنجیره ارزش خودروسازی
۶۲	۴_۴_ رده بندی تأمین‌کنندگان در زنجیره تأمین - TIERING
۶۳	۴_۵_ مقایسه ساختار زنجیره تأمین سنتی و نظام رده بنده سازندگان
۶۳	۴_۶_ گروه‌بندی تأمین‌کنندگان
	۱- سیستم/ماژول سازان: (تولید کننده مجموعه‌های اصلی خودرو یا تولیدکنندگان grey-)
۶۴	(box)