

[nazwa przedmiotu]: Logistyka marketingowa

Tytuł kursu	Logistyka marketingowa
Semestr	IV
Autor kursu	Dr Paweł Waniowski
Opis kursu	Zajęcia z przedmiotu Logistyka marketingowa mają na celu dostarczenie wiedzy dotyczącej różnych aspektów zarządzania sferą logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie. Szczególna uwaga będzie zwrócona na zarządzanie logistyczne sferą dystrybucji wraz z procesem logistycznej obsługi klienta
Tematyka poszczególnych zajęć	<p>1. ISTOTA LOGISTYKI MARKETINGOWEJ I JEJ MIEJSCE W ZARZĄDZANIU MARKETINGOWYM</p> <p>1.1. Pojęcie i funkcje logistyki</p> <p>1.2. Logistyka a marketing. Logistyka marketingowa</p> <p>1.3. Miejsce logistyki marketingowej w systemie logistycznym firmy</p> <p>1.4. Związki logistyki z innymi koncepcjami zarządzania przedsiębiorstwem</p> <p>2. UWARUNKOWANIA PROCESÓW LOGISTYCZNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE</p> <p>2.1. Uwarunkowania makroekonomiczne</p> <p>2.2. Infrastruktura procesów logistycznych</p> <p>3. ZARZĄDZANIE LOGISTYCZNE W SFERZE ZAOPATRZENIA</p> <p>3.1. Istota współczesnego zarządzania sferą zaopatrzenia</p> <p>3.2. Sterowanie procesami logistycznymi w sferze zaopatrzenia. Zarządzanie łańcuchami dostaw</p> <p>3.3. Sprawność i efektywność łańcuchów dostaw</p> <p>3.4. System Kanban i Just-in-Time</p> <p>4. ZARZĄDZANIE LOGISTYCZNE SFERĄ DYSTRYBUCJI</p> <p>4.1. Przedmiot logistyki sfery dystrybucji</p> <p>4.2. Wybór, organizacja i zarządzanie kanałami dystrybucji</p> <p>4.3. Ogniwa pośrednie w kanałach dystrybucji. Hurt i detal</p> <p>4.4. Problemy fizycznej dystrybucji a poziom obsługi dystrybucyjnej</p> <p>4.5. Zarządzanie logistyczne zapasami. Metody ABC i XYZ</p> <p>4.6. Zarządzanie logistyczne w transporcie</p> <p>4.7. Outsourcing usług logistycznych w sferze dystrybucji</p> <p>5. PROCES LOGISTYCZNEJ OBSŁUGI KLIENTA</p> <p>5.1. Budowanie relacji z klientami</p> <p>5.2. Tworzenie wartości dla klienta</p>

- 5.3. Prognozowanie popytu i standardów obsługi
- 5.4. Kształtowanie konkurencyjnych i niekonkurencyjnych strategii obsługi klienta
- 5.5. Obsługa przedzakupowa, zakupowa i pozakupowa
- 5.6. Lojalność klientów i sposoby jej wspomagania
- 5.7. Optymalizacja poziomu obsługi dystrybucyjnej
- 6. KOSZTY I EFEKTYWNOŚĆ LOGISTYKI MARKETINGOWEJ W PRZEDSIĘBIORSTWIE
- 6.1. Istota i rodzaje kosztów logistycznych
- 6.2. Metody analizy kosztów logistycznych
- 6.3. Problemy optymalizacji kosztów logistycznych
- 6.4. Efektywność logistyki w przedsiębiorstwie i metody jej pomiaru
- 7. TENDENCJE ROZWOJOWE SFERY LOGISTYKI MARKETINGOWEJ
- 7.1. Nowe systemy logistyczne
- 7.2. Rozwój eurologistyki
- 7.3. Tendencje w rozwoju logistyki marketingowej w Polsce w kontekście integracji z Unią Europejską

Literatura podstawowa

- M. Christopher, H. Peck: Logistyka marketingowa. PWE, Warszawa 2005
- A. Czubała: Dystrybucja produktów. PWE, Warszawa 2001
- D. Kempny: Logistyczna obsługa klienta. PWE, Warszawa 2001
- Logistyka dystrybucji. Praca zbiorowa pod redakcją K. Rutkowskiego. Difin, Warszawa 2001

Literatura uzupełniająca

- Logistyka w biznesie. Praca zbiorowa pod red. M. Ciesielskiego. PWE, Warszawa 2006
- Logistyka w Polsce. Raport 2007. Instytut Logistyki i Magazynowania, Warszawa 2008
- Logistyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Praca zbiorowa pod redakcją J. Witkowskiego. Wyd. AE, Wrocław 2002
- C. Skowronek, Z. Sarjusz-Wolski: Logistyka w przedsiębiorstwie. PWE, Warszawa 2003
- W. Szczepankiewicz: Obsługa logistyczna sektora handlu. Uwarunkowania i kierunki zmian. Wyd. AE w Krakowie, Kraków 2002

- J. Witkowski: Zarządzanie łańcuchem dostaw. PWE, Warszawa 2003

Wymagania wstępne	Podstawy zarządzania, podstawy marketingu, podstawy logistyki
Efekty kształcenia	Po zakończeniu tego kursu student powinien umieć analizować zjawiska zachodzące w zakresie logistyki marketingowej w przedsiębiorstwie, dostrzegać i usprawniać procesy w sferze zaopatrzenia i dystrybucji wraz z optymalnym kształtowaniem logistycznego procesu obsługi klienta
Forma kursu	konwersatorium
Liczba godzin w semestrze	30
Liczba miejsc	
Forma zaliczenia	Praca pisemna lub test zaliczeniowy