

Tytuł kursu:	LOGISTYKA MARKETINGOWA
Semestr:	7 (magisterskie studia niestacjonarne – wieczorowe)
Autor kursu:	Dr Paweł Waniowski
Opis kursu:	<p>Przedmiotem logistyki są procesy sprawnego i efektywnego przepływu produktów w przedsiębiorstwie oraz między przedsiębiorstwami. Logistyka jest więc związana ze sferą zaopatrzenia, produkcji i zbytu. Zaopatrzenie i zbyt stanowi obszary logistyki marketingowej. Celem przedmiotu „Logistyka marketingowa” jest przedstawienie studentom podstawowych problemów związanych z logistyką w sferze zaopatrzenia i zbytu. W związku z wyjątkowo ścisłym związkiem procesów logistycznych z innymi sferami zarządzania przedsiębiorstwem kolejne zagadnienia będą prezentowane na tle innych działań przedsiębiorstwa z uwzględnieniem najnowszych koncepcji oraz trendów rozwojowych sfery logistyki.</p>
Tematyka poszczególnych zajęć:	<ol style="list-style-type: none"> 1. ISTOTA LOGISTYKI MARKETINGOWEJ I JEJ MIEJSCE W ZARZĄDZANIU MARKETINGOWYM <ol style="list-style-type: none"> 1.1. Pojęcie i funkcje logistyki 1.2. Logistyka a marketing. Logistyka marketingowa 1.3. Miejsce logistyki marketingowej w systemie logistycznym firmy 1.4. Związki logistyki z innymi koncepcjami zarządzania przedsiębiorstwem 2. UWARUNKOWANIA PROCESÓW LOGISTYCZNYCH W PRZEDSIĘBIORSTWIE <ol style="list-style-type: none"> 2.1. Uwarunkowania makroekonomiczne 2.2. Infrastruktura procesów logistycznych 3. ZARZĄDZANIE LOGISTYCZNE W SFERZE ZAOPATRZENIA <ol style="list-style-type: none"> 3.1. Istota współczesnego zarządzania sferą zaopatrzenia 3.2. Sterowanie procesami logistycznymi w sferze zaopatrzenia. Zarządzanie łańcuchami dostaw 3.3. Sprawność i efektywność łańcuchów dostaw 3.4. System Kanban i Just-in-Time 4. ZARZĄDZANIE LOGISTYCZNE SFERY DYSTRYBUCJI <ol style="list-style-type: none"> 4.1. Przedmiot logistyki sfery dystrybucji 4.2. Wybór, organizacja i zarządzanie kanałami dystrybucji 4.3. Ogniwa pośrednie w kanałach dystrybucji. Hurt i detal 4.4. Problemy fizycznej dystrybucji a poziom obsługi dystrybucyjnej 4.5. Zarządzanie logistyczne zapasami. Metody ABC i XYZ 4.6. Zarządzanie logistyczne w transporcie 4.7. Outsourcing usług logistycznych w sferze dystrybucji 5. PROCES LOGISTYCZNEJ OBSŁUGI KLIENTA <ol style="list-style-type: none"> 5.1. Prognozowanie popytu i standardów obsługi 5.2. Kształtowanie strategii obsługi klienta 5.3. Obsługa przedzakupowa, zakupowa i pozakupowa 5.4. Lojalność klientów i sposoby jej wspomagania 5.5. Optymalizacja poziomu obsługi dystrybucyjnej 6. KOSZTY I EFEKTYWNOŚĆ LOGISTYKI W PRZEDSIĘBIORSTWIE <ol style="list-style-type: none"> 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. SYSTEMY INFORMATYCZNE WSPOMAGAJĄCE ZARZĄDZANIE LOGISTYCZNE W PRZEDSIĘBIORSTWIE <ol style="list-style-type: none"> 7.1. Założenia logistycznych systemów logistycznych 7.2. Zintegrowane systemy logistyczne 7.3. Wykorzystanie internetu 8. TENDENCJE ROZWOJOWE SFERY LOGISTYKI <ol style="list-style-type: none"> 8.1. Nowe systemy logistyczne

	8.2. Rozwój eurologistyki 8.3. Tendencje w rozwoju logistyki marketingowej w Polsce w kontekście integracji z Unią Europejską
Literatura podstawowa	1. P. Blaik: Logistyka. Koncepcja zintegrowanego zarządzania przedsiębiorstwem. PWE, Warszawa 2001 2. M. Ciesielski: Logistyka w strategiach firm. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa – Poznań 1999 3. A. Czubała: Dystrybucja produktów. PWE, Warszawa 2001 4. Kompendium wiedzy o logistyce. Praca zbiorowa pod redakcją E. Gołbskiej. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 1999 5. Logistyka dystrybucji. Praca zbiorowa pod redakcją K. Rutkowskiego. Difin, Warszawa 2001
Literatura uzupełniająca	1. Logistyka w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Praca zbiorowa pod redakcją J. Witkowskiego. Wyd. AE, Wrocław 2002 2. C. Skowronek, Z. Sarjusz-Wolski: Logistyka w przedsiębiorstwie. PWE, Warszawa 2003 3. J. Witkowski: Zarządzanie łańcuchem dostaw. PWE, Warszawa 2003
Wymagania wstępne	Podstawy zarządzania, Podstawy marketingu
Efekty kształcenia	
Forma kursu	Wykład
Liczba godzin w semestrze	15
Liczba miejsc	nieograniczona
Forma zaliczenia	Praca pisemna