

SADRŽAJ

1. UVOD	1
1.1. Predmet i problem istraživanja	2
1.2. Cilj i svrha istraživanja	2
1.3. Hipoteze istraživanja	2
1.4. Stručne metode istraživanja	3
1.5. Struktura rada	3
2. MARKETING U DISTRIBUCIJI ROBE	4
2.1. Konceptija marketinga	4
2.2. Marketing istraživanje	5
2.2.1. Analiza tržišta	6
2.3. Marketing miks	7
2.3.1. Distribucija kao dio marketing miksa	7
2.4. Marketing kanali u distribuciji robe	8
2.5. Upravljanje asortimanom proizvoda	9
3. LOGISTIKA U DISTRIBUCIJI ROBE	10
3.1. Organizacija logistike	10
3.2. Logistički sistem	12
3.2.1. Osnovi teorije sistema	12
3.2.2. Logistički sistem i podsistemi	14
3.2.2.1. Logistički tokovi	15
3.2.2.2. Sistemski pristup upravljanju logističkim procesima	15
3.3. Upravljanje zalihama	16
3.3.1. Kategorizacija zaliha	17
3.3.2. Troškovi zaliha	19
3.3.3. Ekonomična količina narudžbe	20
3.3.3.1. Primjer određivanja optimalne količine narudžbe	21
3.3.4. ABC metoda upravljanja zalihama	22
3.3.5. XYZ analiza zaliha	26
3.3.6. ABC / XYZ unakrsna analiza	28
3.4. Skladištenje	31
3.4.1. Zadaci skladištenja	31
3.4.2. Klasifikacija skladišta	32
3.4.3. Unutrašnje uređenje skladišta	35
3.4.3.1. Iskoristivost skladišnog prostora	36
3.5. Transport u distribuciji robe	37

3.6. Logistika i finansije -----	37
3.6.1. Troškovi u logistici -----	38
3.6.1.1. <i>Faktori koji utiču na troškove logistike</i> -----	38
3.6.1.2. <i>Uticaj prostornih odnosa na troškove logistike</i> -----	41
3.7. Informacioni sistemi u logistici -----	41
3.7.1. Pojam i značaj informacionih sistema u logistici -----	41
3.7.2. Informacioni tok u logističkom lancu-----	43
3.7.3. Informacione tehnologije u logističkim sistemima -----	44
3.7.3.1. <i>Informacioni sistemi menadžmenta</i> -----	44
3.7.3.2. <i>Erp sistemi</i> -----	45
4. LOGISTIKA MARKETINGA U DISTRIBUCIJI ROBE -----	47
4.1. Istorija marketing logistike-----	47
4.2. Povezivanje marketinga i logistike u distribuciji robe -----	48
4.3. Ciljevi i zadaci marketing logistike -----	49
5. ZAKLJUČAK -----	51
6. LITERATURA -----	52