

SADRŽAJ:

1. UVOD.....	1
1.1. MARKETING	1
1.2. MARKETING ETIKA.....	2
1.3. LOGISTIKA.....	3
2. MARKETING U PRAKSI	5
2.1. MARKETING MIKS.....	5
2.2. CIJENA PREVOZA.....	7
3. KANALI DISTRIBUCIJE.....	12
3.1. HORIZONTALNI MARKETING SISTEMI.....	14
3.2. VERTIKALNI MARKETING SISTEMI.....	15
3.3. KANALI FIZIČKE DISTRIBUCIJE	16
3.4. AKTIVNOSTI KANALA FIZIČKE DISTRIBUCIJE.....	18
4. MARKETING LOGISTIKA KAO KONKURENTNO SREDSTVO U PREDUZEĆIMA	21
5. MENADŽMENT LOGISTIKE	23
6. SERVIS POTROŠAČA I TRŽIŠNA KONKURENTNOST	26
6.1. LOGISTIČKO SHVATANJE SERVISA POTROŠAČA	29
6.2. KOMPONENTE SERVISA POTROŠAČA	30
6.3. IZGRADNJA ODNOSA SA POTROŠAČIMA	31
6.4. DEFINISANJE CILJEVA SERVISA POTROŠAČA	32
7. ORGANIZACIJA AKTIVNOSTI MARKETING LOGISTIKE	34
7.1. POZICIJA AKTIVNOSTI LOGISTIKE U ORGANIZACIONOJ STRUKTURI	35
8. CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MARKETING.....	37
9. MRP – MATERIAL REQUIREMENTS PLANNING.....	39
10. JUST IN TIME	40
10.1. NAČIN FUNKCIONISANJA	41
10.2. ELEMENTI „JUST IN TIME“ SISTEMA	42
10.3. INDUSTRIJSKI ELEMENTI POTREBNI ZA REALIZACIJU JIT TEHNOLOGIJE	43
11. BENČMARKING.....	45
11.1. VRSTE BENČMARKINGA.....	46
11.3. MODEL BENČMARKETING PROCESA.....	48
12. ZAKLJUČAK	50
12. LITERATURA.....	51