

SADRŽAJ

1	UVOD	6
2	LOGISTIKA	7
2.1	Pojam i osnovna obilježja logistike.....	7
2.2	Podjela logistike	9
2.3	Špedicija i špediterske usluge	11
2.4	Logistički provajderi	13
3	MARKETING.....	16
3.1	Pojam i definisanje marketinga	16
3.2	Sistem i koncepcija marketinga.....	17
3.3	Vrste marketinških koncepata	18
4	MARKETING LOGISTIKE U FUNKCIJI RAZVOJA LOGISTIČKIH SISTEMA DANAS	21
4.1	Pojmovno određenje marketing logistike.....	21
4.2	Osnove marketinške logistike (7R „prava“ logistike).....	23
4.3	Funkcije marketinške logistike	25
4.4	Ciljevi marketing logistike	26
4.5	Organizacija aktivnosti marketing logistike.....	27
4.6	Distributivni kanali.....	28
4.6.1	<i>Tri metode za kanale distribucije.....</i>	<i>29</i>

4.6.2	<i>Nivoi kanala distribucije</i>	30
4.6.3	<i>Devet glavnih posrednika u kanalima distribucije:</i>	30
4.6.4	<i>Kako odabrati odgovarajući kanal za svoju kompaniju?</i>	31
4.6.5	<i>Upravljanje kanalima distribucije</i>	32
4.7	<i>Servisi potrošača u marketing logistici</i>	34
4.7.1	<i>CRM – Customer Relationship Marketing.....</i>	35
4.7.2	<i>MRP – Material Requirements Planning.....</i>	37
4.7.3	<i>Just in Time.....</i>	39
4.7.4	<i>Prednosti i Nedostaci JIT-a</i>	39
5	ZAKLJUČAK	41
6	LITERATURA.....	42