

Spis treści

Wstęp	9
1. Miejsce logistyki w zarządzaniu przedsiębiorstwem	15
1.1. Istota zarządzania przedsiębiorstwem	15
1.2. Rola celów w zarządzaniu przedsiębiorstwem	19
1.3. Analiza systemu celów przedsiębiorstwa	21
1.4. Rola controllingu w zarządzaniu przedsiębiorstwem	26
1.5. Definicja logistyki	30
1.6. Logistyka jako koordynacja procesów	33
1.7. Podstawowe modele procesów	46
1.8. Procesy logistyczne w przedsiębiorstwie	52
1.9. Metody badań operacyjnych w logistyce	60
2. Zarządzanie logistyczne w przedsiębiorstwie	64
2.1. Przesłanki strategiczne funkcjonowania logistyki	64
2.2. Definicja zarządzania logistycznego	68
2.3. Zarządzanie logistyczne infrastrukturą procesów	74
2.4. Baza transportowa i magazyny w infrastrukturze procesów	84
2.5. Tworzenie własnej infrastruktury magazynowej	94

2.6. Planowanie logistyczne	112
2.7. System informacyjny zarządzania logistycznego	124
3. Logistyka w planowaniu marketingowym	130
3.1. Planowanie marketingowe	130
3.2. Procesy dystrybucji produktów	141
3.3. Analiza portfela produktów	149
3.4. Organizacja systemu informacji rynkowych	167
3.5. Prognozy marketingowe	175
4. Zarządzanie procesem dystrybucji	207
4.1. Wybór infrastruktury dystrybucji	207
4.2. Proces obsługi klienta	235
4.3. Optymalizacja procesów transportowych	249
4.4. Opakowania produktów w procesach dystrybucji	281
5. Logistyka w marketingu zakupów	293
5.1. Marketing zakupów	293
5.2. Warunki rynkowe procesu zakupów	297
5.3. Infrastruktura procesu zakupów	302
5.4. Rola działu zakupów	304
5.5. Zarządzanie zakupami	308
5.6. Planowanie zakupów	341
5.7. Określanie zapotrzebowania na surowce na podstawie programu produkcji	346
5.8. Klasyfikacje surowców	363
5.9. Przebieg procesu zakupów	370
5.10. Aspekty kosztowe w procesie zakupów	375
6. Zapasy w procesach logistycznych	389
6.1. Zapasy i ich rola	389
6.2. Polityki utrzymywania zapasów surowcowych	403
6.3. Wielkość planowanej partii dostawy — ekonomiczna wielkość zamówienia (EOQ)	411
6.4. Sterowanie uzupełnieniami zapasów	428

6.5. Sterowanie uzupełnieniami zapasów w warunkach niedeterministycznych	444
6.6. Wpływ zmian cen na wielkość zamówienia	453
6.7. Koordynacja sterowania zapasami surowców z prognozami sprzedaży produktów	459
6.8. Zarządzanie zapasami dystrybucyjnymi	462
Literatura	478