

| | | | |
|--|--|-----------------------------|-------|
| Студијски програм: ОРГАНИЗАЦИЈА ПОСЛОВНИХ СИСТЕМА | | | |
| Назив предмета: ЛОГИСТИКА | | Шифра предмета: ОНЗЛ | |
| Статус предмета: обавезан | Година: II | Семестар: III | |
| Број часова (п+в+л): 2+4+0 | | | |
| Број ЕСПБ: 8 | | | |
| Циљ предмета | | | |
| Циљ предмета је да упозна студенте са основним детерминантама логистичког менаџмента у предузећима, односно са маркетинг логистиком као пословном и научно - методолошком дисциплином. | | | |
| Исход предмета | | | |
| Оспособљеност за идентификовање конкурентских предности које сваком предузећу, које се бави производњом и/или продајом, може донети ефикасна логистика. Дакле, предмет омогућава студентима да: препознају логистички систем као скуп оперативних активности са изузетним импликацијама на стратешки ниво фирме; третирају логистичке послове као маркетиншки усмерене, али и трошковно детерминисане; идентификују конкурентан ниво сервиса потрошача – као основни циљ логистичког менаџмента али и један од базичних циљева фирме у целини; упознају приступе управљању логистичким системом и његовим појединачним подсистемима, чије су циљне функције конфликтне услед инверзне међузависности њихових трошкова. | | | |
| Садржај предмета | | | |
| Недеља | Тема/активност | | |
| I | Појам логистике и основне активности; позиционирање логистике у пословном систему. | | |
| II | Базичне активности логистичког менаџмента; појам и врсте канала дистрибуције. | | |
| III | Привредне гране према логистичким трошк.; трошкови логистике на макро и микро нивоу. | | |
| IV | Интегрални приступ управљању логистиком; Just-in-time принцип. | | |
| V | Сервис потрошача и предвиђање промена у окружењу. | | |
| VI | Стратегија сервиса потрошача са аспекта раста конкурентности предузећа. | | |
| VII | Колоквијум | | |
| VIII | Транспортно тржиште и кључне карактеристике транспорта. | | |
| IX | Фактори који утичу на цену коштања транспорта; екстерни трошкови транспорта. | | |
| X | Управљање залихама; АБЦ анализа. | | |
| XI | Складиштење, централизација и децентрализација; принципи избора локације складишта. | | |
| XII | Принципи логистичког информисања. | | |
| XIII | Информационе технологије као подршка развоју логистичког ИС. | | |
| XIV | Појам глобалне логистике; логистички провајдери. | | |
| XV | Колоквијум | | |
| Литература: | | | |
| 1. Божић В. и Аћимовић С.: Маркетинг логистика, Економски факултет Београд, 2010. | | | |
| 2. Аћимовић, С.: Сервис потрошача, Економски факултет Београд, 2003. | | | |
| Методе извођења наставе: | | | |
| Предавања, вежбе, лабораторијске вежбе, консултације, семинарски рад, колоквијуми, испит. | | | |
| Оцена знања (максимални број поена 100) | | | |
| Предиспитне обавезе | Поена | Завршни испит | Поена |
| Редовно похађање наставе | 5 | Испит | 40 |
| Колоквијум I | 20 | | |
| Колоквијум II | 20 | | |
| Семинарски рад | 15 | | |
| Укупно: | 60 | Укупно: | 40 |