

Spis treści:

Wprowadzenie

Rozdział 1. Informacja rynkowa i jej rola w zarządzaniu łańcuchem dostaw

- 1.1. Informacja i jej znaczenie w realizacji procesów logistycznych
- 1.2. Rola informacji rynkowej w procesie podejmowania decyzji logistycznych
- 1.3. Rola i znaczenie badań w zarządzaniu łańcuchem dostaw
- 1.4. Procedura badawcza jako warunek pozyskania właściwych informacji

Rozdział 2. Metody pomiaru i gromadzenia danych dla potrzeb łańcucha dostaw

- 2.1. Pomiar jako podstawa gromadzenia danych logistycznych
- 2.2. Określenie metody doboru i liczebności próby badawczej w badaniach logistycznych
- 2.3. Wybrane metody gromadzenia danych ze źródeł pierwotnych

Rozdział 3. Prognozowanie popytu jako podstawa prawidłowego funkcjonowania łańcucha dostaw

- 3.1. Rola i znaczenie prognozowania w zarządzaniu łańcuchem dostaw
- 3.2. Podstawowe metody prognostyczne w zarządzaniu łańcuchem dostaw
- 3.3. Ekstrapolacja trendu i możliwości jej zastosowania w gospodarce zapasami
- 3.4. Prognozowanie zorientowane na osiągnięte efekty logistyczne

Rozdział 4. Rola usług transportowych w zarządzaniu łańcuchem dostaw i metody badania potrzeb przewozowych

- 4.1. Znaczenie transportu w zarządzaniu łańcuchem dostaw
- 4.2. Istota i źródła potrzeb transportowych
- 4.3. Popyt na usługi transportowe i metody określania jego elastyczności
- 4.4. Wybrane metody określania wahań popytu na transport

Rozdział 5. Metody wyboru zleceniobiorców do realizacji zadań logistycznych

- 5.1. Partnerstwo w łańcuchu dostaw jako podstawa przewagi konkurencyjnej
- 5.2. Ilościowe podejście do oceny partnerów w łańcuchu dostaw
- 5.3. Zastosowanie metody AHP do wyboru dostawców
- 5.4. Metoda TOPSIS i jej wykorzystanie do oceny dostawcy w łańcuchu dostaw
- 5.5. Współpraca w łańcuchu dostaw i metody pomiaru jej efektów

Rozdział 6. Zadowolenie i lojalność jako przesłanki kształtowania logistycznej obsługi klienta

- 6.1. Logistyczna obsługa klienta a jego zadowolenie
- 6.2. Metody jakościowe pomiaru zadowolenia nabywców
- 6.3. Analiza ABC jako podstawa określenia optymalnego poziomu obsługi

Rozdział 7. Zachowania nabywców jako podstawa kształtowania oferty logistycznej

- 7.1. Zachowania nabywców i podstawowe ich determinanty
- 7.2. Etapy procesu decyzyjnego i modele zachowań nabywców
- 7.3. Modele zachowań nabywców wykorzystywane w prognozowaniu wyboru marek produktów
- 7.4. Modele preferencji jako podstawa kształtowania oferty logistycznej

Spis rysunków

Spis tabel

Bibliografia