

Nazwa przedmiotu:		Logistyczna obsługa klienta (dla profilu: KL)			Kod ECTS:	14.3.E.SL.908		
					Pkt.ECTS:	3		
Jednostka prowadząca przedmiot:	KL	Nazwa kierunku:	Ekonomia		Nazwa specjalności:	TiL;		
Nazwisko prowadzącego:	dr Alicja Leszczyńska							
Liczba godzin								
Wykład:	20	Ćwiczenia:	0	Konwersatoria:	0	Laboratoria komputerowe:	0	
		Seminaria:	0	Lektoraty:	0			
Rok i rodzaj studiów:	1 NMSU, 2 NUSM,		Semestr:	2, 4,	Status przedmiotu:	Obligatoryjny	Język wykładowy:	polski
Metody dydaktyczne:	Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Aktywność w grupach, współpraca,							
Formy i warunki zaliczania przedmiotu:	Egzamin ustny lub pisemny,							
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi:	Ogólna wiedza z zakresu logistyki							
Założenia i cele przedmiotu:	Celem wykładu jest prezentacja najważniejszych zagadnień dotyczących logistycznej obsługi klienta, budowania relacji z klientem, dzięki ukierunkowanej na jego potrzeby polityce obsługi, analiza kosztów i korzyści obsługi klienta, problemu czasu obsługi a także logistycznych strategii obsługi w łańcuchach dostaw. Zaprezentowane treści pozwolą na poznanie możliwości i zasad tworzenia przewagi konkurencyjnej na rynku poprzez rozwój logistycznej obsługi klienta, nabycie umiejętności badania potrzeb klientów w zakresie obsługi, pomiaru i oceny logistycznej obsługi oraz poznanie strategii logistycznych podnoszących poziom obsługi klienta w łańcuchach dostaw.							
Treści programowe:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Klient jako podmiot gospodarki rynkowej 2. Obsługa klienta jako obszar zainteresowań marketingu i logistyki 3. Logistyczna koncepcja obsługi klienta 4. Budowanie relacji z klientem 5. Tworzenie wartości dla klienta 6. Pomiar i standardy logistycznej obsługi klienta 7. Kształtowanie poziomu obsługi klienta 8. Kosztowo-dochodowa analiza obsługi klienta 9. Analiza rentowności klienta 10. Logistyczne strategie obsługi zorientowane na czas (TBM, QR, ECR) 11. Logistyczne strategie obsługi w łańcuchach dostaw (SCM, JiT, VMI, CPFR, CRM) 12. Obsługa klienta globalnego 							
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej:	<p>Literatura obowiązkowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. M. Christopher, H. Peck: Logistyka marketingowa. Wyd. PWE, Warszawa 2005 2. D. Kempny: Logistyczna obsługa klienta. Wyd. PWE, Warszawa 2001 3. Zarządzanie logistyczną obsługą klienta. Pod red. J. Długosza, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2005 <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. J. Coyle, E. Bardi, J. Langley: Zarządzanie logistyczne. Wyd. PWE, Warszawa 2002 2. M. Christopher: Logistyka i zarządzanie łańcuchem dostaw. Wyd. II, Polskie Centrum Doradztwa Logistycznego, Warszawa 2000 3. Logistyka dystrybucji. Pod red. K. Rutkowskiego, Wyd. SGH, Warszawa 2005 4. K. Mazurek-Łopacińska: Orientacja na klienta w przedsiębiorstwie. Wyd. PWE, Warszawa 2002 5. H. C. Pfohl: Systemy logistyczne. Wyd. ILiM, Poznań 2001 <p>Czasopisma:</p> <p>Logistyka Gospodarka Materiałowa i Logistyka Marketing i Rynek</p>							
Kontakt:	alicia.leszczyńska@ug.edu.pl ,							