

ISPITNA PITANJA IZ PREDMETA *STRATEGIJSKI MENADŽMENT LOGISTIKE*

1. Poreklo logistike
2. Terminologija
3. Definicije
4. Razvoj menadžmenta logistike
5. Faktori koji utiču na porast interesovanja za menadžment logistike
6. Ključne aktivnosti logistike
7. Zašto bi trebalo logističke aktivnosti integrisati?
8. Koncept ukupnih troškova
9. Upravljanje materijalima versus fizička distribucija
10. Centri troškova
11. Petlje versus veze
12. Kanali logistike
13. Logistika i analiza sistema logistike (priroda sistemskog pristupa, efikasnost sistema, nivoi optimalnosti)
14. Kratkoročna (statička) analiza i dinamička analiza ukupnih troškova
15. Buduće promene i područja za poboljšanje performansi logistike
16. Značaj okruženja za logistiku
17. Dodavanje vrednosti proizvodima kao važna uloga logistike
18. Ekonomski uticaji logistike
19. Ekonomski značaj logistike
20. Konkurentska prednost i logistika
21. Lanac vrednosti
22. Veza između logistike i proizvodnih operacija
23. Veza između logistike i marketing
24. Veza između logistike i usluga
25. Veza između logistike i nabavke
26. Veza između logistike i razvoja tehnologije, veza između logistike i menadžmenta ljudskim resursima i veza između logistike i infrastrukture firme
27. Uticaj konkurencije na troškove i značaj funkcije logistike u firmi
28. Uticaj karakteristika proizvoda na troškove i značaj funkcije logistike u firmi
29. Uticaj distance na troškove i značaj funkcije logistike u firmi
30. Šta je to lanac snabdevanja?
31. Cilj lanca snabdevanja
32. Koncept upravljanja lancem snabdevanja
33. Elementi i evolucija koncepta upravljanja lancem snabdevanja
34. Faze u donošenju odluka o upravljanju lancem snabdevanja
35. Analiza procesa u lancu snabdevanja sa aspekta ciklusa, analiza procesa u lancu snab. sa aspekta *push* i *pull* procesa
36. Reagibilnost lanca snabdevanja
37. Tržišni pobednici i kvalifikatori
38. Karakteristike lanca snabdevanja koje opredeljuju njegovu reagibilnost
39. Riversna logistika i sistemi rivesne logistike
40. Outsourcing sistem riversne logistike i ekološki marketing i analiza životnog ciklus
41. Nedostatak koordinacije u lancu snabdevanja i efekat jakog biča
42. Uzroci i posledice nastanka efekta jakog biča
43. Prepreke u koordinaciji u lancu snabdevanja (prepreke stimulacije, prepreke koje nastaju prilikom obrade podataka)
44. Prepreke u koordinaciji u lancu snabdevanja (operativne prepreke, prepreke u određivanju cena i prepreke u ponašanju)
45. Menadžerski podsticaji da se postigne koordinacija (ostvarivanje zajedničkih ciljeva)
46. Menadžerski podsticaji da se postigne koordinacija (poboljšanje protoka informacija)
47. Menadžerski podsticaji da se postigne koordinacija (poboljšanje poslovnih performansi, određivanje strategije cena da bi se stabilizovale porudžbine)
48. Izgradnja strateškog partnerstva i poverenja unutar lanca snabdevanja
49. Razvoj partnerstva kroz poverenje i saradnju (utvrđivanje vrednosti partnerstva)
50. Razvoj partnerstva kroz poverenje i saradnju (utvrđivanje poslovnih uloga i prava odlučivanja svakog učesnika)
51. Razvoj partnerstva kroz poverenje i saradnju (kreiranje efikasnih ugovora i stvaranje efikasnog mehanizma za uspešno rešavanje konflikata)
52. Razvoj partnerstva kroz poverenje i saradnju (upravljanje odnosima u lancu snabdevanja u cilju saradnje i uspostavljanja poverenja)
53. Uloga elektronskog poslovanja u lancu snabdevanja
54. Uticaj elektronskog poslovanja na prihod
55. Potencijalni nedostaci (u pogledu ostvarivanja prihoda) elektronskog poslovanja
56. Uticaj elektronskog poslovanja na troškove

57. Potencijalni troškovi kao nedostatak elektronskog poslovanja
58. Korišćenje elektronskog poslovanja u prodaji: slučaj kompanije Dell
59. Korišćenje elektronskog poslovanja u prodaji knjiga: slučaj kompanije Amazon
60. Korišćenje elektronskog poslovanja u prodaji proizvoda svakodnevne potrošnje: slučaj kompanije Peapod
61. Korišćenje elektronskog poslovanja na primeru kompanije Grainger
62. Korišćenje elektronskog poslovanja u kreiranju tržišta: portali
63. Šta obuhvata pružanje usluga potrošačima?
64. Definisane pružanja usluga potrošačima
65. Komponente pružanja usluga potrošačima
66. Reakcije potrošača na nedostatak robe na zalihama
67. Trade-offs između troškova i prihoda i ABC analiza
68. Eksterna kontrola pružanja usluga potrošačima
69. Interna kontrola usluga potrošačima
70. Identifikovanje potencijalnih rešenja
71. Definisane nivoa usluga potrošačima i implementacija
72. Razvijanje i prezentiranje standarda o pružanju usluga potrošačima
73. Ograničavajući faktori u razvoju efektivne strategije pružanja usluga potrošačima
74. Poboľšanje performansi usluga potrošačima
75. Značaj informacionih sistema u odlučivanju
76. Ciljevi odlučivanja u poslovno-logističkom sistemu
77. Kvalitet informacija
78. Koncept informacionog sistema logistike
79. Direktna profitabilnost proizvoda
80. Upravljanje kanalom proizvoda
81. Pojam i funkcija zaliha robe
82. Procesne, ciklične, sigurnosne i stalne zalihe
83. Minimalne, maksimalne i sigurnosne zalihe
84. Optimalne zalihe
85. Predvidljivost tražnje i tokovi zaliha
86. Utvrđivanje obrta zaliha
87. Prednosti i nedostaci brzog i sporog obrta zaliha
88. JIT strategija i sistemi zaliha za brzi odgovor
89. Efikasan odgovor na zahteve kupaca
90. Određivanje vremena ponovne narudžbine
91. Definicija i funkcionisanje sistema planiranja potrebnog materijala
92. Planiranje zahteva distribucije
93. Primena metode ABC u upravljanju zalihama robe
94. Uloga transporta u lancu snabdevanja
95. Faktori koji utiču na odluke o transportu (faktori koji utiču na odluke prevoznika)
96. Faktori koji utiču na odluke o transportu (faktori koji utiču na odluke pošiljaoca)
97. Modeli transporta i njihove karakteristike (železnički transport, drumski transport)
98. Modeli transporta i njihove karakteristike (vodeni transport, cevovodni transport i vazdušni transport, ostali modeli transporta)
99. Mreža sa direktnim pošiljkama i mreže po modelu isporuke mleka
100. Pošiljke preko centralnog distrib. centra, pošiljke preko distributivnog centra korišćenjem modela isporuke mleka
101. Trade-off između troškova transporta i troškova zaliha (izbor modela transporta, agregacija zaliha)
102. Trade-off između troškova transporta i vremena isporuke zaliha
103. Prilagođavanje transporta gustini i udaljenosti kupaca
104. Prilagođavanje transporta veličini kupaca
105. Prilagođavanje transporta tražnji i vrednosti proizvoda
106. Priroda i važnost skladištenja
107. Razlozi držanja zaliha u skladištu
108. Uloga skladišta u sistemu logistike
109. Osnovne odluke o skladištenju
110. Osnovne operacije skladištenja
111. Određivanje potrebnog prostora i unutrašnje uređenje skladišta
112. Principi određivanja potrebnog prostora i unutrašnjeg uređenja skladišta
113. Ciljevi određivanja potrebnog prostora i unutrašnjeg uređenja skladišta
114. Roba koja se skladišti
115. Raspored robe u skladištu
116. Odluke o vlasništvu
117. Javna skladišta

118. Ugovorno skladište
119. Ugovorna nasuprot privatnim skladištima
120. Broj skladišta
121. Rukovanje materijalima
122. Ciljevi rukovanja materijalima
123. Smernice i principi rukovanja materijalom
124. Kategorije opreme na doku
125. Palete i kontejneri
126. Ostala opreme za rukovanje materijalima
127. Odabir porudžbina i skladišna oprema
128. Uzajamna zavisnost robe koja se skladišti, objekta i skladišne opreme
129. Funkcije pakovanja
130. Stvaranje logističkog jedinstva (unitizacija)
131. Materijali od kojih se pravi ambalaža
132. Izbor ambalaže i razmatranje izgleda ambalaže
133. Značaj lokacije
134. Zašto analizirati lokaciju objekata?
135. Koraci u procesu donošenja odluka o lokaciji fabrike i glavne determinante lokacije
136. Lokacija objekta i logistika
137. Tehnika koordinatne mreže i pragmatika transporta
138. Odluka o lokaciji u slučaju mreže objekata
139. Fon Tinenova teorija lokacije
140. Veberova teorija lokacije
141. Huverova i Grinhatova teorija lokacije
142. Primenjena geografija marketinga - okvir za razvojteorije lokacije savremene trgovine
143. Teorija prostorne hijerarhije centara
144. Opšta teorija interakcija i njena primena u lokaciji maloprodajne mreže
145. Definisane trgovinskog područja
146. Metodi empirijskih istraživanja
147. Matematičko-statistički metodi (Vilijam Rili i Pol Konvers)
148. Problem lokacije skladišta
149. Određivanje lokacije metodom težišta i metodom tona-kilometar
150. Kvalitet kao globalni fenomen
151. Definicije kvaliteta
152. Aspekti kvaliteta
153. Demingovih četrnaest tačaka
154. Juranovih deset koraka
155. Krozbijevih četrnaest tačaka
156. Koraci u razvoju procesa kvaliteta logistike
157. Dijagram toka procesa i dijagram uzroka i posledice (Išikava dijagram)
158. Ček lista, statistička kontrola procesa
159. Projektovanje eksperimenta, dodatna sredstva
160. Koraci u unapređenju procesa kvaliteta logistike i nacionalna nagrada za kvalitet Malkom Boldridž

Predmetni nastavnici:

Dr Nada Barac	kabinet: 8/II konsultacije: <i>četvrtak 10:00-12:00</i> telefon: (381) 18 528630 e-mail: <i>nada.barac@eknfak.ni.ac.rs</i>
Dr Goran Milovanović	kabinet: 22/IV konsultacije: <i>ponedeljak 12:00-14:00 (letnji sem.); četvrtak 12:00-14:00 (zimski sem.)</i> telefon: (381) 18 528641 e-mail: <i>goran.milovanovic@eknfak.ni.ac.rs</i>

Asistent:

Aleksandra Anđelković	kabinet: 2/V konsultacije: <i>ponedeljak 13:00-15:00</i> telefon: (381)18 528682 e-mail: <i>aleksandra.andjelkovic@eknfak.ni.ac.rs</i>
-----------------------	---

Literatura:

Dr Nada Barac, dr Goran Milovanović, **Strategijski menadžment logistike**, SKC Niš, 2006.