

KATALOG ZNANJA

1. IME PREDMETA

LOGISTIKA V NABAVNEM IN PRODAJNEM PROCESU

2. SPLOŠNI CILJI PREDMETA

Splošni cilji predmeta so:

- samostojno, načrtno in organizirano delovati na področju nabavne in prodajne logistike;
- spremljati dogajanja in novosti na strokovnem področju;
- razviti lastno pozitivno naravnost do (inovativnih) sprememb in podjetnega razmišljanja;
- pridobiti znanja na področju nabave in prodaje in jih povezati z logistiko ter poskrbeti za prenos znanja v prakso;
- sprejeti poslovne odločitve.

Specifično strokovno usmerjeni cilji so:

- poznati temeljne značilnosti nabavne in prodajne dejavnosti v poslovnem procesu;
- uporabiti različne strategije nabave in prodaje za zagotavljanje nemotenega poslovnega procesa;
- izvesti nabavni in prodajni proces v povezavi z logistiko;
- učinkovito upravljati z zalogami;
- uporabiti elektronske izmenjave podatkov v nabavnem, prodajnem, servisnem in razbremenilnem poslovanju;
- diagnosticirati stanje v nabavi, prodaji, servisni logistiki podjetja in načrtovati povezane logistične aktivnosti;
- analizirati uspešnost nabavnega, prodajnega, servisnega in razbremenilnega poslovanja.

3. PREDMETNO SPECIFIČNE KOMPETENCE

Pri predmetu si študenti poleg generičnih pridobijo naslednje kompetence:

- načrtovanje in organiziranje nabavne dejavnosti za zagotavljanje nemotenega poslovnega procesa;
- oblikovanje strategije nabave in izbiranje najustrežnejšega dobavitelja za izpeljavo nabavnega posla;
- načrtovanje prodajne/trgovinske logistike;
- vključevanje poprodajne servisne logistike v poslovne procese podjetja;
- načrtovanje razbremenilne logistike in diagnosticiranje pomena reklamacij.

OPERATIVNI CILJI

INFORMATIVNI CILJI	FORMATIVNI CILJI
Študent:	Študent:
1. Načrtovanje in organiziranje nabavne dejavnosti za zagotavljanje nemotenega poslovnega procesa:	
<ul style="list-style-type: none">• pojasni temeljne pojme nabavnega procesa;• razloži pomen, vlogo in cilje nabave;	<ul style="list-style-type: none">• določi sestavine nabavnega posla na primeru podjetja;• izdelava načrt notranje organizacijske strukture nabave;

<ul style="list-style-type: none"> • predstavi organiziranost nabavne funkcije in položaj nabave v organizacijski strukturi podjetja. 	<ul style="list-style-type: none"> • argumentira sodelovanje in povezovanje z drugimi funkcijami v podjetju.
2. Oblikovanje strategije nabave in izbiranje najustrežnejšega dobavitelja za izpeljavo nabavnega posla:	
<ul style="list-style-type: none"> • razloži strategije iskanja virov (dobaviteljev); • utemelji strategije načrtovanja časa nabave; • opredeli pomen potrebnega števila dobaviteljev; • razloži elemente nabavnega procesa; • utemelji kriterije za izbiro dobaviteljev; • opiše nabavni proces; • razloži postopek sklenitve pogodbe, • opiše in razlikuje uporabo trgovinskih klavzul; • ugotavlja povezavo med uspešnostjo nabave in uspešnostjo podjetja. 	<ul style="list-style-type: none"> • išče ponudbe in jih analizira; • načrtuje čas nabave; • izdelava različne kriterije za vrednotenje dobaviteljev in izbere ustreznega dobavitelja; • zbere nabavne potrebe, izdelava specifikacijo naročila, spremlja naročilo; • spremlja prevzem in kontrolo blaga; • sestavi kupoprodajno pogodbo, • izbere ustrezno trgovinsko klavzulo, • izračuna kazalnike uspešnost nabavnega oddelka.
3. Načrtovanje prodajne/trgovinske logistike:	
<ul style="list-style-type: none"> • utemelji potrebo po informacijah o dobavi in nivoju zalog; • opiše potreben čas med naročilom in dobavo; • opiše postopek planiranja potrebnih količin blaga; • prepozna zahteve pri odpravi blaga; • razloži pomen standardov za komuniciranje in sledenje. 	<ul style="list-style-type: none"> • pripravi pregled (diagnozo) trenutnega stanja v prodaji podjetja in predlaga ključne priložnosti za izboljšave v logističnem smislu ter planira prodajo po pridobljenih informacijah; • izračuna potreben čas med naročilom in dobavo; • izbere dinamiko in postopek planiranja potrebnih količin blaga; • upošteva posebne zahteve pri prodajni logistiki; • izbere in uporabi standarde za komuniciranje in sledenje.
4. Vključevanje poprodajne servisne logistike v poslovne procese podjetja:	
<ul style="list-style-type: none"> • pojasni pojem poprodajne servisne logistike; • razčleni postopek poskusnega obratovanja in montaže; • poveže servisno, sprotno in investicijsko vzdrževanje z različnimi logističnimi procesi; • predvidi dostavo potrebnih rezervnih delov. 	<ul style="list-style-type: none"> • zapiše postopek poskusnega obratovanja in montaže iz logističnega vidika; • izdelava načrt potrebnih investicij, potreben čas rednih servisov s potrebnimi viri; • določi odzivni čas servisa in sproži dobavo rezervnih delov.
5. Načrtovanje razbremenilne logistike in diagnosticiranje pomena reklamacij:	
<ul style="list-style-type: none"> • navede cilje in naloge razbremenilne logistike; • razlikuje med transportno skladiščnimi enotami v okviru razbremenilne logistike; • pojasni ukrepe za zmanjšanje obremenjevanja okolja in vpliva na ekološko ozaveščenost; 	<ul style="list-style-type: none"> • zapiše primer ciljev in nalog razbremenilne logistike na določenem primeru; • izdelava načrt za vračanje palet, embalaže, kontejnerjev, zamenljivih nakladalnih strojev; • izdelava predlog za ponovno uporabo ali uničenje odpadkov; • reši reklamacije.

- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• razlikuje med reklamacijami za poškodovano ali nepravilno dostavljeno blago. | |
|--|--|

5. OBVEZNOSTI ŠTUDENTOV IN POSEBNOSTI V IZVEDBI

Število kontaktnih ur: 84 (48 ur predavanj, 36 ur seminarских vaj).

Število ur samostojnega dela študenta: 66 (študij literature in gradiv, študij primerov in reševanje praktičnih nalog, projektno delo).