

Realizacja zamówienia klienta, analiza w wybranym przedsiębiorstwie spedycyjno- transportowym

Wstęp.....3

Zakres projektu jego cele i teza..... 5

Rozdział I

Istota logistyki

1.1 Zarządzanie logistyczne..... 6

1.2 Zintegrowany łańcuch dostaw..... 13

1.3. Dystrybucja jako realizacja zamówień klientów..... 17

Rozdział II

Logistyczna obsługa klienta wewnątrz przedsiębiorstwa

**2.1. Znaczenie logistycznej obsługi klienta dla
przedsiębiorstwa23**

**2.2. Systemy informatyczne wspierające zarządzanie
magazynem..... 26**

**2.3. Wykorzystanie kodów kreskowych w przedsiębiorstwie
spedycyjno – transportowym..... 31**

**2.4. Proces automatycznego gromadzenia danych w praktyce.....
36**

2.5. Internetowe giełdy transportowe..... 38

Rozdział III

Charakterystyka badanego podmiotu

Rozdział IV

Analiza cyklu realizacji zamówienia klienta

4.1. Tworzenie mapy procesu realizacji zamówień klientów50

4.2. Analiza realizacji zamówienia klienta przy użyciu mapy procesu..... 52

Rozdział V

Identyfikacja zakłóceń w cyklu realizacji zamówień klientów

5.1. Identyfikacja zakłóceń metodą Ishiklawy56

5.2. Analiza przy użyciu metody Pareto-Lorenza..... 61

Wnioski65

Bibliografia67

Spis rysunków..... 71

Spis tabel72