



GJELDER FOR STUDIEÅRET 2014/2015

BIK 2902 Logistikk og Markedsføringskanaler

Studium

Spesialkurs

Kursansvarlig

Eirill Bø

Institutt

Institutt for strategi og logistikk

Semester

Se studieplan for aktuelt studium

Studiepoeng

7,5

Undervisningsspråk

Norsk

Innledning

Kurset behandler oppbygging av forsyningskjeder og gjennomføring av logistikkprosesser. Valg og ledelse av ulike organisasjonsformer i forsyningskjeden står sentralt. Det samme gjelder de fysiske og administrative prosesser som er knyttet til det å anskaffe, håndtere, lagre, og transportere råvarer og ferdigvarer.

Det er tette bånd mellom fagene logistikk og markedsføring. I dette kurset vil man lære om hvordan disse fagområdene henger sammen og utfyller hverandre. Man ser utfordringene fra begge fagområder, enkelt sagt forklarer logistikksiden av kurset den fysiske flyten av varene og hvordan kanalene kan operasjonaliseres og i markedsføringsdelen presenteres hvordan kjeden er bygget opp.

Ledelse av forsyningskjeder krever at man ser alle aktørene i et helhetsperspektiv. Logistikkprosessene går på tvers av de tradisjonelle funksjonsområdene internt i bedriftene og de omfatter både leverandører og kunder. Måten prosessene gjennomføres på, har avgjørende virkning på både konkurranseevne og lønnsomhet. Som fagområder har logistikk og markedsføring gjennomgått en utvikling der hovedfokus var på delområder til et helhetlig syn på ledelse av forsyningskjeden.

Læringsmål

Etter endt kurs skal studentene ha forståelse for de ledelsesmessige utfordringer det medfører å inngå i forpliktende samarbeid som forsyningskjeder representerer, og en grunnleggende innsikt i logistikkprosesser.

Kunnskapsmål

Etter endt kurs skal studentene ha:

- Kjennskap til alternative former for samarbeid mellom bedrifter i forsyningskjeden
- Kjenne til drivkrefter bak valg av samarbeidsformer mellom bedriftene i forsyningskjeder
- Kunnskap om sammenhengen mellom ledelse, makt og konfliktstyring.
- Kunnskap om hvordan kunderelasjoner henger sammen i et nettverk av industrielle relasjoner (fra relasjoner til nettverk)
- Kjenne til logistikkmodeller for styring av forsyningskjeder. Eksempler på dette er DuPont analysen, totalkostnadsanalysen, ABC analyser, lagermodeller og andre klassifiseringsmodeller.
- Eksempler på begreper som skal kunne forklares:
 - Leveringsservice
 - LogistikkostnaderKunde- og leverandørrelasjoner
 - Vertikal integrasjon
 - Franchising

Ferdighetsmål

Etter endt kurs skal studentene kunne forklare hvordan man med et kundefokusert og markedsorientert utgangspunkt, kombinerer økonomiske, sosiale og politiske perspektiver for å analysere markedsføringskanaler og fysisk vareflyt.

Studentene vil være i stand til å:

- Vurdere og klassifisere en bedrifts ulike relasjoner og kunne forstå hvordan disse påvirkes gjensidig
- Utføre en distribusjonsanalyse for å finne de mest effektive kanaler fra produsent til sluttkunde.
- Utføre en leverandøranalyse og vite hvordan de kan gjøre innkjøpet mest mulig effektivt og hvordan man bør og kan knytte tette relasjoner med enkelte leverandører.
- Utføre en lageranalyse, og kunne beregne prognoser for fremtidig salg
- Vurdere riktig og kostnadseffektiv leveringsservice mellom leddene i forsyningskjeden
- Kartlegge og vurdere konsekvensene av valg av ulike måter å organisere forsyningskjeden

- Vurdere ulike former for påvirkning og gjennomføring av strategier i forsyningskjeden basert på makt og avhengighetsforhold

Holdningsmål

Etter endt kurs skal studentene være klar over at effektive distribusjonskanaler kan komme i konflikt med målet om å verne miljøet. De skal også utvikle en etisk bevissthet knyttet til håndtering av leverandører i en innkjøpssammenheng.

Forkunnskaper

Det stilles ingen spesielle krav til forkunnskaper i dette kurset.

Obligatorisk litteratur

Bøker:

Bø, Eirill, Geir Gripsrud og Arne Nygaard. 2013. Ledelse av forsyningskjeder : et logistikk- og markedsføringsperspektiv. Fagbokforlaget

Annet:

Utvalgte artikler som publiseres på Itslearning

Anbefalt litteratur

Emneoversikt

- Logistikkbegrepet
- Markedsføringsbegrepet
- Servicenivåer og markedsdekning
- Transport, prognoser og lagerstyring
- Innkjøp
- Markedsføringskanaler
- Markedsføringskanalens ulike servicenivåer og markedsdekning
- Kundeservice
- Miljø
- Makt og konflikter

Dataverktøy

Itslearning

Læreprosess og tidsbruk

Kurset vil gjennomføres ved forelesninger og øvelser, totalt 42 kurstimer.

BI Nettstudier

I kursgjennomføringen ved BI Nettstudier benyttes den nettbaserte undervisningsplattformen It's learning i kombinasjon med samlinger. Gjennom undervisningsplattformen publiserer nettlærer fagstoff, øvingsoppgaver (inklusive innsendingsoppgaver med tilbakemeldinger), samt eventuelle case og digitale læringsressurser. Studentene gis mulighet til å kommunisere med nettlærer og medstudenter. Nettstudentene tilbys også en studieguide, som er en pedagogisk veiledning til pensumlitteraturen.

Eksamen

Kurset avsluttes med en 72 timers individuell hjemme-eksamen.

Eksamenskode(r)

BIK 29022 - Hjemme-eksamen, teller 100% for å oppnå karakter i kurset BIK 2902 Logistikk og Markedsføringskanaler, 7.5 studiepoeng

Hjelpemidler til eksamen

Alle hjelpemidler tillatt.

Kontinuasjon

Ved neste ordinære gjennomføring av kurset.

Tilleggsinformasjon