

عنوان مقاله:

تعامل متقابل دو حوزه ی مهم مدیریت زنجیره عرضه : لجستیک و بازاریابی

محل انتشار:

سومین همایش ملی مهندسی صنایع و سیستم (سال: 1391)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

صبا منتی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده فنی و مهندسی، گروه فناوری اطلاعات، دا

یعقوب فرجامی - استاد، دانشکده فنی و مهندسی، گروه فناوری اطلاعات، دانشگاه قم

احسان خسروی فر - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشکده آموزش های الکترونیکی، گروه فناوری اط

خلاصه مقاله:

محیط بسیار رقابتی دنیای کنونی سازمان ها را وادار به پیاده سازی مدیریت زنجیره ی عرضه (SCM) به منظور بهبود عملکرد و کسب مزیت رقابتی کرده است. مدیریت زنجیره ی عرضه شامل فعالیت هایی همچون تدارکات، برنامه ریزی تولید، لجستیک، انبارداری، کنترل موجودی انبار و پخش و توزیع می باشد. این مقاله به بررسی فعالیت های دو حوزه ی مهم در مدیریت زنجیره ی عرضه- لجستیک و بازاریابی و نیز فعالیت های واسطه ای ما بین این دو حوزه پرداخته و از سویی دیگر تاثیر یکپارچه سازی درونی را در تعاملات بین آن دو مورد تجزیه و تحلی قرار می دهد. همچنین استراتژیهای متقابل بین بخش های بازاریابی و لجستیک و نحوه پشتیبانی لجستیک از کانال های بازاریابی را مورد بررسی قرار می دهد. نتایج به دست آمده در درک اهمیت و تاثیر مهم لجستیک و بازاریابی در عملکرد کلی زنجیره ی عرضه و همچنین شناخت تعاملات بین این دو کمک خواهد کرد.

کلمات کلیدی:

مدیریت زنجیره ی عرضه- لجستیک- بازاریابی- یکپارچه سازی- فعالیت های واسطه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/162494>

