



**Seminário
Internacional de
Logística**

STRATEGICS LOGISTICS MANAGEMENT & SUPPLY CHAIN PARTNERSHIP

**COMO DESENVOLVER E IMPLEMENTAR UMA
ESTRATÉGIA DE PARCERIA LOGÍSTICA**

**A BUSCA DA EXCELÊNCIA E DA OTIMIZAÇÃO
DOS CANAIS DE ABASTECIMENTO**

DOUGLAS M. LAMBERT Ph.D.

(THE OHIO STATE UNIVERSITY)

**10 E 11 DE
SETEMBRO DE 1996**

**SÃO PAULO
CAESAR PARK HOTEL**

REALIZAÇÃO:

 **VANTINE
& ASSOCIADOS**

10 anos
**VANTINE
& ASSOCIADOS**



STRATEGICS LOGISTICS MANAGEMENT & SUPPLY CHAIN PARTNERSHIP

Através dos tempos, a ciência da administração de empresas vem sofrendo mutações, e nos últimos 20 anos com velocidade cada vez maior! E porque? Simplesmente porque as empresas, de qualquer natureza, precisam se adequar às condições de ambiente político, econômico e tecnológico que têm se transformado de forma acelerada como jamais visto ao longo da história.

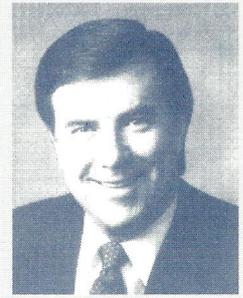
As mudanças políticas mundiais forçaram soluções econômicas abrangentes, cujo principal fator foi a "invenção" do mercado global criado pelo chamado "G-7" formado pelas maiores potências industriais e tecnológicas do mundo. Como consequência, surgiu o princípio do "Global Sourcing", e a formação dos blocos econômicos, destacando-se CEE, NAFTA e MERCOSUL, além do Grupo Asiático. As fronteiras estão deixando de existir! Portanto, esse impacto na gestão das empresas evidencia que a LOGÍSTICA entra na sua fase mais importante na gestão das empresas, com profunda participação na Estratégia e na Operação, buscando a adequação às novas regras da competição, ou seja, COMPETITIVIDADE sai dos livros e entra na realidade.

As mudanças tecnológicas já anunciam a realidade do século XXI, com profundas mudanças na gestão da informação, com impacto fulminante nos atuais processos logísticos, até devido às formas futuras de comercialização virtual que trará novas regras para as operações de distribuição e abastecimento.

As mudanças econômicas, inclusive em nosso país, resulta em mudanças mercadológicas como decorrência das alterações do perfil social dos consumidores, traduzindo o reflexo em toda cadeia de suprimentos, gerando exigências cada vez mais rígidas na relação cliente-fornecedor. E isso tem tudo com a Logística.

A VANTINE & ASSOCIADOS soma a sua grande experiência à do Prof. Douglas Lambert, Ph.D., para levar até você, a perfeita compreensão da LOGÍSTICA, inserida num ambiente onde vencerão as empresas mais competitivas.

J. G. Vantine
Presidente



DOUGLAS M. LAMBERT, Ph. D.

Raymond E. Mason Professor of Transportation and Logistics da "Ohio State University", após sua estada como Prime F. Osborn III Eminent Scholar Chain in Transportation, professor de Marketing e Logística e diretor do "The International Center For Competitive Excellence" da University of North Florida, Jacksonville, EUA.

Anteriormente foi diretor do Centro de Marketing Estratégico e Logística da University of South Florida, e Professor de Marketing e Logística Michigan State University.

Participou de mais de 300 programas de desenvolvimento executivo na Universidade de Boston, The Cranfield School of Management (UK), Massachusetts Institute of Technology e Michigan State University, dentre outras, além de empresas de porte como AT&T, Bristol-Myers, China Productivity Center, Council of Logistics Management, Johnson & Johnson, Kimberly-Clark, 3M, Shell, Union Carbide, Xerox, IBM, Federal Express e Japan Management Association, dentre outras.

É autor do The Development of an Inventory Costing Methodology (NCPDM, 1976), The Distribution Channels Decision (NAA/SMA, 1978) e The Product Abandonment Decision (NSS/SMA, 1985), e co-autor de Management in Marketing Channels (McGraw Hill, 1980) e Strategic Logistics Management, Third Edition (Richard D. Irwin, 1993). Tem mais de 100 artigos publicados nas mais prestigiosas revistas técnicas do mundo: "Industrial Marketing Management", "International Journal of Marketing", "Journal of Business Logistics", "Journal of Purchasing and Materials Management", "Transportation and Distribution Management".

Dr. Lambert é membro destacado do Council of Logistics Management, tendo sido responsável pela programação técnica de várias conferências anuais da referida associação. Entre 1982 e 1989, Dr. Lambert foi editor do "International Journal of Physical Distribution and Materials Management". Em 1990, Dr. Lambert e o professor Martin Christopher, da Cranfield University (UK) fundaram a revista "The International Journal of Logistics Management".

Na atualidade é a maior referência na área de Logística dos Estados Unidos.

10/09

Como Desenvolver e Implementar uma Estratégia de Parceria Logística

08h30 Credenciamento

09h00 A IMPORTÂNCIA DA PARCERIA PARA O "SUPPLY CHAIN MANAGEMENT"

- ◆ Definição de parceria e aliança estratégica
- ◆ Administrando os processos de parceria
- ◆ Porque as parcerias falham - como evitar

10h30 Coffee-break

11h00 MODELOS DE PARCERIA - CONCEITOS

- ◆ Modelo de Desenvolvimento de Parceria
- ◆ Quando a parceria deve ser usada
- ◆ Fatores necessários para o sucesso da parceria

12h30 PERGUNTAS E RESPOSTAS

13h00 ALMOÇO

14h30 MODELOS DE PARCERIA - DESENVOLVIMENTO

- ◆ Implementando o modelo
- ◆ Determinando o nível apropriado de parceria
- ◆ Executando os componentes da parceria
- ◆ Administrando as aplicações do modelo

16h00 Coffee-break

16h30 IMPLANTAÇÃO DO MODELO DE PARCERIA

- ◆ Mc Donald's e Coca-Cola
- ◆ Texas Instruments
- ◆ Goodyear e Yellow Freight
- ◆ Whirlpool e ERX
- ◆ Outros Estudos de Casos

18h00 PERGUNTAS E RESPOSTAS

18h30 ENCERRAMENTO

Sorteio de uma Inscrição para o INTERLOG USA'96 11 a 18 de outubro/96

11/09

A Busca da Excelência e da Otimização dos Canais de Abastecimento

09h00 O USO DA ESTRATÉGIA LOGÍSTICA COMO VANTAGEM COMPETITIVA

- ◆ A importância do serviço ao cliente no ambiente econômico atual
- ◆ Serviço ao cliente e a estratégia de marketing
- ◆ Nível de serviço ao cliente e política de custos
- ◆ Metodologia para programa de serviço ao cliente

10h30 Coffee-break

11h00 INTEGRANDO ESTRATÉGIAS DE LOGÍSTICA E MARKETING

- ◆ Planejamento e aplicação de pesquisa de satisfação do cliente
- ◆ Como analisar os resultados da pesquisa
- ◆ Análises das oportunidades encontradas
- ◆ Desenvolvendo e implantando a estratégia de serviço ao cliente

12h30 PERGUNTAS E RESPOSTAS

13h00 ALMOÇO

14h30 ESTRATÉGIA LOGÍSTICA INTEGRADA À ADMINISTRAÇÃO DE ESTOQUES E SERVIÇO AO CLIENTE

- ◆ Reduzindo estoques com auxílio de tecnologia informática e comunicação
- ◆ Como usar análise ABC para reduzir estoques
- ◆ Como medir o impacto da redução de estoque ao serviço ao cliente e à lucratividade

16h00 Coffee-break

16h30 MEDIÇÃO DE VALORES SOBRE A ÓTICA DO CLIENTE

- ◆ Chaves para medição de valores
- ◆ Como interligar o valor do serviço com retorno financeiro
- ◆ Como vender valor aos clientes
- ◆ Exemplos de estudos de casos

18h00 PERGUNTAS E RESPOSTAS

18h30 ENCERRAMENTO



Tradução simultânea - inglês-português-inglês