

Analiza dystrybucji i jej kanałów na przykładzie firmy XYZ.

Wstęp

Rozdział I.

Dystrybucja i kanały dystrybucji w ujęciu teoretycznym.

- 1.1. Pojęcie i rodzaje dystrybucji.....8
- 1.2. Funkcje dystrybucji.....12
- 1.3. Pojęcie i rodzaje kanałów dystrybucji.....14
 - 1.3.1. Rodzaje kanałów dystrybucji ze względu na liczbę pośredników.....17
 - 1.3.2. Rodzaje kanałów dystrybucji ze względu na stopień integracji uczestników kanału.....19
- 1.4. Innowacyjne kanały dystrybucji.....22
- 1.5. Podsumowanie.....25

Rozdział II.

Analiza środowiska badawczego – firma XYZ na tle rynku akcesoriów GSM.

- 2.1. Specyfika rynku akcesoriów GSM.....27
- 2.2. Prezentacja firmy XYZ.....33
- 2.3. Opis i analiza asortymentu firmy XYZ.....36
- 2.4. Podsumowanie.....41

Rozdział III.

Analiza kanałów dystrybucji. Hurt, detal.

- 3.1. Sprzedaż hurtowa.....42
- 3.2. Sprzedaż detaliczna.....47
- 3.3. E-dystrybucja.....55
- 3.4. Prezentacja wyników badania ankietowego.....60
- 3.5. Podsumowanie.....66

Rozdział IV.

Wnioski i zalecenia końcowe dla firmy XYZ..

4.1. Wnioski.....68

4.2. Zalecenia dla firmy XYZ.....71

Zakończenie74

Bibliografia76

Spis tabel, schematów, wykresów, rysunków i map 77

Aneks79