

Dystrybucja jako element marketingu na przykładzie firmy Nobiles.

Wstęp.....3

Rozdział I

Dystrybucja jako element marketingu.

1.1. Ogólna charakterystyka elementów marketing-mix.....5

1.2. Rola dystrybucji w strategii marketingowej.....13

1.3. Planowanie dystrybucji.....19

Rozdział II

Kanały dystrybucji i kryteria ich wyboru.

2.1. Pojęcie i istota kanałów dystrybucji.....22

2.2. Typologia i charakterystyka kanałów marketingowych.....25

2.3. Wybór kanałów dystrybucji.....30

2.3.1. Czynniki wpływające na wybór kanałów dystrybucji.....30

2.3.2. Etapy wyboru kanałów.....32

Rozdział III

Kanały dystrybucji stosowane przez firmę Nobiles.

3.1. Charakterystyka firmy.....35

3.2. Produkty.....36

3.3. Kanały dystrybucji produktów w firmie Nobiles.....39

Zakończenie.....42

Bibliografia.....44

Spis rysunków i tabel.....46