

Dystrybucja produktów na przykładzie wyrobów cukierniczych firmy Jago.

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Istota dystrybucji i struktura kanałów dystrybucji

1.1. Pojęcie dystrybucji..... 4

1.2. Rodzaje i Funkcje dystrybucji6

1.3. Pojęcie i istota kanałów dystrybucji11

1.4. Czynniki wpływające na wybór kanałów dystrybucji..... 24

Podsumowanie30

Rozdział 2.

Posrednicy w kanałach dystrybucji

2.1. Istota i funkcje handlu hurtowego32

2.2. Klasyfikacja posredników hurtowych34

2.3. Funkcje i klasyfikacja detalistów39

Podsumowanie45

Rozdział 3.

Ogólna charakterystyka firmy „JAGO”

3.1. Rynek i otoczenie firmy..... 46

3.2. Historia firmy Jago48

3.3. Pozycja rynkowa firmy – analiza SWOT51

Podsumowanie56

Rozdział 4.

System dystrybucji produktów w firmie „JAGO”

4.1. Charakterystyka sprzedaży w firmie „JAGO”.....	57
4.2. Docelowe segmenty rynku	60
4.3. Funkcjonowanie kanałów dystrybucji w firmie „JAGO”.....	61
4.4. Ocena funkcjonowania kanałów dystrybucji w firmie „JAGO” i propozycja zmian.....	69

Podsumowanie71

Zakończenie72

Literatura73

Spis rysunków..... 74

Spis tabel..... 74