

# **Dystrybucja produktów stałowych na przykładzie firmy XYZ**

Wstęp

**Rozdział I**

Dystrybucja produktów

- 1.1. Dystrybucja jako element logistyki i marketingu
- 1.2. Istota dystrybucji
- 1.3. Zadania, cele i funkcje dystrybucji
- 1.4. Rodzaje dystrybucji

**Rozdział II**

**Kanały dystrybucji**

- 2.1. Definicja kanałów dystrybucji
- 2.2. Rodzaje kanałów dystrybucji
- 2.3. Posrednicy w kanałach dystrybucji
  - 2.3.1. Hurtownicy
  - 2.3.2. Agenci i brokerzy
  - 2.3.3. Detalisci

**Rozdział III**

**Charakterystyka badanego przedsiębiorstwa – firmy XYZ s.a.**

- 3.1. Polski rynek dystrybucji stali
- 3.2. O firmie XYZ
- 3.3. Asortyment wyrobów stałowych XYZ
- 3.4. Struktura organizacyjna i struktura zatrudnienia w firmie XYZ
- 3.5. Promocja w firmie XYZ

### 3.6. Analiza SWOT firmy XYZ

## **Rozdział IV**

### **Analiza dystrybucji produktów stalowych w firmie XYZ s.a.**

4.1. Rynki zbytu

4.2. Rynek zaopatrzenia w firmie XYZ

4.3. Charakterystyka sieci dystrybucji XYZ

4.4. System dystrybucji jako czynnik rozwoju firmy

**Zakończenie**

**Bibliografia.**