

Kluczowe czynniki sukcesu w sprzedaży detalicznej napojów alkoholowych w sklepach małopowierzchnowych na przykładzie sieci X

Wstęp

Rozdział 1.

Polska gospodarka przed i po transformacji ustrojowej.

1.1. Gospodarka scentralizowana.

1.2. Transformacja handlu detalicznego w Polsce po 1989 roku.

1.3. Rynek napojów alkoholowych w Polsce w latach 1989-2013.

Rozdział 2.

Czynniki sukcesu przedsiębiorstw.

2.1. Czynniki sukcesu w świetle literatury przedmiotu.

2.2. Czynniki sukcesu w branży detalicznej sprzedaży napojów alkoholowych.

Rozdział 3.

Charakterystyka przedsiębiorstwa X

3.1. Ogólna koncepcja przedsięwzięcia i jego innowacyjność na tle konkurencji.

3.2. Analiza SWOT.

3.3. Strategia produktowa i elementy polityki cenowej.

3.4. Strategia promocji.

3.5. Strategia dystrybucji.

Rozdział 4.

Ocena kluczowych czynników sukcesu na podstawie przeprowadzonych badań.

4.1. Opis metody badawczej – przeprowadzonego badania sondazowego.

4.2. Analiza wyników przeprowadzonego sondazu.

4.3. Wnioski i rekomendacje.

Zakończenie.

Bibliografia.

Wykaz literatury.

Wykaz źródeł internetowych.

Spisy

Spis tabel.

Spis rysunków.

Spis wykresów.