

Logistyczne i marketingowe aspekty dystrybucji produktów spożywczych.

Wstęp.....3

Rozdział I.

Dystrybucja jako element marketing-mix.....5

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

1.2. Rola dystrybucji w strategii marketingowej.....15

1.3. Planowanie dystrybucji.....21

1.4. Kanały dystrybucji i czynniki determinujące ich
wybór.....24

Rozdział II.

**Logistyka jako zespół działań zarządzania
dystrybucja.....31**

2.1. Modelowanie systemu logistycznego w dystrybucji
.....32

2.2. Dobór uczestników kanału dystrybucji.....37

2.3. Struktura czynnościowa działań logistycznych w
dystrybucji.....42

Rozdział III.

**Specyfika produktu spożywczego i jego
rynku.....49**

3.1. Produkt spożywczy w klasyfikacji marketingowej
.....49

3.2. Struktura produktu spożywczego.....55

3.3. Kanały dystrybucji produktów spożywczych w

Polsce.....62

Rozdział IV.

**Dystrybucja produktów na rynku spożywczym
.....67**

4.1. Charakterystyka przedsiębiorstwa.....68

4.2. Organizacja systemu dystrybucji.....70

4.3. Zarządzanie działaniami logistycznymi.....77

Zakończenie.....76

Bibliografia.....79