

Logistyka dystrybucji oraz logistyczna obsługa klienta na przykładzie koncernu PKN ORLEN

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Dystrybucja jako element logistyki i marketingu

1.1. Dystrybucja logistyczna.....	5
1.2. Funkcje dystrybucji.....	6
1.3. Kanały dystrybucji.....	7
1.4. Projektowanie kanałów dystrybucji.....	9
1.5. Typy kanałów dystrybucji.....	14
1.6. Ocena logistyki dystrybucji.....	24
1.7. Infrastruktura logistyczna	26
1.8. Znaczenie infrastruktury procesów logistycznych	27
1.9. Proces fizycznego przepływu produktów	28
1.10. Logistyczna obsługa klienta	30

Rozdział 2.

Charakterystyka PKN Orlen SA

2.1. Historia firmy Polski Koncern Naftowy ORLEN SA	33
2.2. Rozwój form współpracy na rynku paliw w Polsce	35
2.3. Logistyka w PKN ORLEN SA.	38
2.4. Analiza orientacji strategicznej PKN.....	41
2.5. Kanały dystrybucji	42

Rozdział 3

Logistyczna obsługa klienta w przedsiębiorstwie PKN Orlen SA

3.1. Dokonywaniu zamówień (obsługa logistyczna).....	45
3.2. Sposób realizacji zamówień	46
3.3. Odbiór paliwa.....	47
3.4. Postanowienia finansowe	54
3.5. Zarządzanie trasami i procesem wysyłek.....	54
3.6. Polityka zapasami	55
3.7. Strategia obsługi klienta.....	56
3.7.1. Zadowalająca jakość	56
3.7.2. Konkurencyjność cenowa	57
3.7.3. Informacja klienta	58

Podsumowanie	59
---------------------------	-----------

Bibliografia	60
---------------------------	-----------

Załącznik	62
------------------------	-----------