

Logistyka przedsiębiorstwa na przykładzie firmy Rossmann

Wstęp.....3

Rozdział 1

Definicje logistyki i jej zastosowanie w praktyce

1.1 Pojęcie i definicje logistyki5

1.2 Logistyka zaopatrzenia..... 9

1.3 Logistyka dystrybucji..... 13

Rozdział 2

Rossmann

2.1 Charakterystyka firmy22

2.2. Logistyka w sieci Rossmann..... 28

2.3 Koncepcja promocji..... 33

Rodzaje promocji :. promocje cykliczne-stałe34

2.4 Merchandising – jedno z obliczy promocji w sklepie „Rossmann”39

Rozdział III

Wyniki badań własnych

3.1 Badania własne45

3.2 Funkcjonowanie sklepu w ocenie pracowników..... 50

3.3 Optymalny zakres promocji54

3.4. Rodzaje promocji i środków jej rozpowszechniania..... 55

Zakończenie60

Bibliografia..... 62

Spis rysunków..... 64