

Organizacja dystrybucji towarów na przykładzie XYZ

Wstęp4

Rozdział I.

Dystrybucja jako czynnik łączący firmę z rynkiem

- 1.1. Podstawowe pojęcia z zakresu marketingu 5
- 1.2. Definicja i zadania dystrybucji8
 - 1.2.1. Pojęcie i typy kanałów marketingowych 12
 - 1.2.2. Wybór kanału dystrybucji15
 - 1.2.3. Rodzaje dystrybucji towarów19
 - 1.2.4. Współdziałanie i konflikt w procesie kształtowania dystrybucji towarów21
- 1.3. Fizyczny przepływ towarów w kanale rynkowym 23

Rozdział II.

Formy organizacyjne dystrybucji towarów

- 2.1. Handel hurtowy..... 27
 - 2.1.1. Znaczenie handlu hurtowego27
 - 2.1.2. Zadania hurtowników28
 - 2.1.3. Rodzaje pośredników hurtowych 29
 - 2.1.4. Kierunki rozwoju hurtu32
- 2.2. Handel detaliczny 33
 - 2.2.1. Istota sprzedaży detalicznej 33
 - 2.2.2. Formy sprzedaży detalicznej35
 - 2.2.3. Sprzedaż pozasklepowa37
 - 2.2.4. Kierunki rozwoju handlu detalicznego38
- 2.3. Kontraktowe formy dystrybucji towarów39

Rozdział III.

Charakterystyka XYZ jako ogniwa w dystrybucji produktów konsumpcyjnych

- 3.1. Historia XYZ42

3.2. Zakres działalności i forma prawna..... 43

3.3. Analiza systemu dystrybucji..... 55

Zakończenie59

Bibliografia61

Spis tabel62

Spis rysunków..... 63