

Polski rynek dystrybucji wrobów hutniczych na przykładzie XYZ sp. z o.o.

Wstęp

Rozdział 1

Teoretyczne koncepcje dystrybucji produktów

- 1.1. Dystrybucja w ujęciu logistycznym i marketingowym
- 1.2. Istota dystrybucji
- 1.3. Zadania, cele i funkcje dystrybucji
- 1.4. Rodzaje dystrybucji

Rozdział 2

Pojęcie i charakterystyka kanałów dystrybucji

- 2.1. Terminologiczne aspekty kanału dystrybucji
- 2.2. Typologia kanałów dystrybucji
- 2.3. Pośrednicy w kanałach dystrybucji

Rozdział 3

Charakterystyka firmy XYZ sp. z o.o.

- 3.1. Charakterystyka rynku dystrybucji wrobów hutniczych w Polsce
- 3.2. Charakterystyka firmy XYZ sp. z o.o.
- 3.3. Asortyment produktowy XYZ sp. z o.o.
- 3.4. Promocja a proces dystrybucji w firmie XYZ sp. z o.o.

Rozdział 4

Analiza dystrybucji produktów hutniczych w firmie XYZ sp. z o.o.

- 4.1. Rynek zaopatrzenia
- 4.2. Rynek zbytu
- 4.3. Sieć dystrybucji

Zakończenie
Bibliografia