

System dystrybucji w firmie motoryzacyjnej XYZ.

Wstęp.....2

Rozdział I

Dystrybucja jako instrument w osiaganiu celów przedsiębiorstwa.

1. Miejsce dystrybucji wśród elementów marketingu mix.....4
2. Strategie dystrybucji.....7
3. Kanały dystrybucji.....9
4. Typy kanałów dystrybucji.....22
5. Współdziałanie i konflikt w dystrybucji towarów.....24

Rozdział II

Charakterystyka srodowiska badan – firma XYZ.

1. Charakterystyka branży motoryzacyjnej i krytyczne czynniki sukcesu w branży.....31
2. Historia i profil działalności firmy XYZ.....37
3. Struktura organizacyjna i struktura zatrudnienia w firmie XYZ.....42
4. Promocja w firmie XYZ.....43
5. Analiza SWOT firmy XYZ.....46

Rozdział III

System dystrybucji czesci samochodowym w firmie XYZ.

1. Charakterystyka kanałów dystrybucji czesci zamiennych.....54
2. Rynki zbytu w firmie XYZ.....58
3. Rynek zaopatrzenia w firmie XYZ.....61
4. Charakterystyka sieci dystrybucji.....71
5. Formy magazynowania w XYZ.....76
6. Ocena systemu dystrybucji możliwości jego usprawnienia oraz czynniki rozwoju firmy.....78

Zakończenie.....	90
Bibliografia.....	94
Spis tabel, wykresów, rysunków.....	96