

Zarządzanie dystrybucją na rynku teleinformatycznym na przykładzie firmy Apple

Wstęp.....3

Rozdział 1.

Zarządzanie dystrybucją i jego znaczenie w procesie dostarczania produktów nabywcom

- 1.1. Dystrybucja jako narzędzie marketingu..... 4
- 1.2. Zarządzanie dystrybucją i jego zakres..... 9
- 1.3. Zarządzanie kanałem dystrybucji..... 12
- 1.4. Zarządzanie logistyką dystrybucyjną..... 17

Rozdział 2.

Zarządzanie dystrybucją w firmie Apple

- 2.1. Firma Apple jako podmiot na rynku teleinformatycznym..... 23
- 2.2. Zarządzanie dystrybucją w firmie Apple36
- 2.3. Zarządzanie logistyką dystrybucyjną w firmie Apple..... 39

Rozdział 3.

Ocena efektów zarządzania dystrybucją w firmie Apple w świetle wyników badania

- 3.1. Cel, przedmiot i metoda badania42
- 3.2. Ocena poziomu dystrybucji firmy Apple..... 43
- 3.3. Podsumowanie wyników badania49

Zakończenie50

Bibliografia	51
Spis tabel	54
Spis rysunków.....	55
Załącznik	56