

Zarządzanie sprzedażą w handlu na przykładzie handlu detalicznego

Wstęp

Rozdział I.

Strategie w zarządzaniu przedsiębiorstwem

1.1. Sprzedaż jako funkcja zarządzania

1.2. Rodzaje i procedura formułowania strategii zarządzania sprzedażą

Rozdział II.

Firma „X” jako podmiot strategii

2.1. Zakres i przedmiot działania

2.2. Usytuowanie w otoczeniu

Rozdział III.

Ocena zarządzania sprzedażą oraz możliwe działania na przyszłość

3.1. Identyfikacja stosowanych strategii

3.2. Próba oceny realizowanych strategii oraz możliwe działania prospektywne

Podsumowanie

Bibliografia

Spis tabel, rysunków