

Znaczenie promocji w funkcjonowaniu firm logistycznych na wybranych przykładach.

Wstęp.....5

Rozdział 1

Historia powstania firm logistycznych.

1.1 Definicja firm logistycznych.....7

1.2 Istota i funkcjonowanie firm logistycznych.....12

1.3 Podział firm logistycznych.....16

Rozdział 2

Promocja w świetle literatury.

2.1 Definicja promocji.....24

2.2 Znaczenie promocji.....31

Rozdział 3

Funkcjonowanie promocji w firmach logistycznych.

3.1 Charakterystyka firmy logistycznej „Vento”.....37

3.2. Charakterystyka firmy logistycznej EXPRESSLOGIC sp. jawna.....40

3.3. Promocja w firmach „Vento” i EXPRESSLOGIC.....43

Zakończenie.....48

Bibliografia.....50

Strony internetowe.....52

Opis zawartości pracy:

Układ pracy przyjęto odpowiednio do problemów szczegółowych.

Praca składa

się ze wstępu, zakończenia oraz z trzech rozdziałów merytorycznych. We wstępie zawarto opis ogólny sytuacji problemowych oraz procedury badawczej.

Rozdział pierwszy dotyczy historii powstania firm logistycznych. W rozdziale pierwszym zostały zawarte trzy podrozdziały: definicja firm logistycznych, istota i funkcjonowanie firm logistycznych oraz podział firm logistycznych.

Rozdział drugi został poświęcony rozważaniom na temat charakterystyki promocji w świetle literatury jako głównego narzędzia marketingu w przedsiębiorstwie logistycznym.

Rozdział trzeci został podzielony na dwie części: definicja promocji, znaczenie promocji.

Ostatni rozdział stanowi funkcjonowanie promocji w firmach logistycznych.

Podrozdziały opisują wybrane przykłady firm logistycznych, funkcjonowanie w tych firmach promocji.

Wielowątkowość omawianej tematyki i wynikająca obszerność rozważań

spowodowały ograniczenie analizy tylko do poszczególnych aspektów.