

Analiza systemu dystrybucji i działań logistycznych firmy handlowej

Wstęp.....3

Rozdział I

Dystrybucja i logistyka w świetle literatury.....6

I.1. Pojęcie dystrybucji i jej strategii..6

I.2. Proces planowania dystrybucji i kreowania kanałów.....11

I.3. Struktura systemu logistycznego.. 19

I.4. Uwarunkowania wyboru uczestników kanału.....22

I.5. Przebieg procesów logistycznych.....24

Rozdział II

Miejsce i rola dystrybucji w marketing-mix.....28

II.1. Wpływ specyfiki produktu na strategię dystrybucji..28

II.2. Promocja jako działania wspierające dystrybucję.....33

II.3. Związki polityki cenowej z dystrybucją.....38

Rozdział III

Charakterystyka przedsiębiorstwa handlowego.....41

III.1. Powstanie i rozwój przedsiębiorstwa.....41

III.2. Cele działalności przedsiębiorstwa.....44

III.3. Analiza SWOT przedsiębiorstwa.....45

Rozdział IV

Strategia i system logistyczny firmy handlowej50

IV.1. Uwarunkowania dystrybucji na rynku spożywczym.....	50
IV.2. Organizacja systemu dystrybucji przedsiębiorstwa.....	55
IV.3. Metody zarządzania logistycznego w przedsiębiorstwie.....	61
IV.4. Komputerowe wspomaganie zarządzania sprzedażą.....	66
Zakończenie.....	73
Spis rysunków.....	76
Spis tabel.....	77
Spis wykresów.....	78
Bibliografia.....	79