

Wprowadzenie (Piotr Blaik)

Rozdział 1. Orientacja rynkowa jako koncepcja integrująca procesy w przedsiębiorstwie (Dorota Potwora, Witold Potwora)

- 1.1.Przesłanki i wyróżniki orientacji rynkowej
- 1.2.Orientacja rynkowa - „kosmetyka” czy metamorfoza zarządzania?
- 1.3.Determinanty orientacji rynkowej
- 1.4.Orientacja rynkowa to nie tylko marketing

Rozdział 2. Struktura i efektywność zarządzania logistyczno-marketingowego (Piotr Blaik)

- 2.1.Logistyka i marketing a zarządzanie
- 2.2.Zarządzanie logistyczno-marketingowe w aspekcie systemowym i procesowym
- 2.3.Integracja rynkowych procesów zarządczych logistyki i marketingu w zarządzaniu łańcuchem wartości
- 2.4.Koncepcja efektywności zarządzania logistycznego-marketingowego
- 2.5.Cele i efekty logistyczno-marketingowe w aspekcie strategicznym
- 2.6.Logistyczno-marketingowe potencjały efektywności i sukcesu przedsiębiorstwa
- 2.7.Zarządzanie logistyczno-marketingowe jako systemowa determinanta sukcesu przedsiębiorstwa

Rozdział 3. Procesy i systemy planistyczne w zarządzaniu logistyczno-marketingowym (Sabina Kauf)

- 3.1.Od operacyjnego planowania logistycznego do zintegrowanego planowania logistyczno-marketingowego
- 3.2.Miejsce i rola systemów planowania w zarządzaniu marketingowo-logistycznym
- 3.3.Struktura procesu planowania logistyczno-marketingowego
- 3.4.Procesy i funkcje planistyczne w zarządzaniu marketingowo-logistycznym

Rozdział 4. System operacyjnego zarządzania logistyczno-marketingowego (Anna Bruska)

- 4.1.Pojęcie logistyczno-marketingowego zarządzania operacyjnego
- 4.2.Istota i struktura systemu operacyjnego zarządzania logistyczno-marketingowego
- 4.3.Metody i narzędzia logistyczno-marketingowe na poziomie operacyjnym
- 4.4.Efekty synergiczne operacyjnego zarządzania logistyczno-marketingowego

Rozdział 5. Zarządzanie łańcuchem dostaw w aspekcie integracji logistyki i marketingu (Tadeusz Pokusa)

- 5.1.Istota i rozwój koncepcji zintegrowanego zarządzania łańcuchem dostaw
- 5.2.Etapy ewolucji integracji w łańcuchu dostaw
- 5.3.Formy i poziomy integracji w zarządzaniu łańcuchem dostaw

Rozdział 6. Kluczowe procesy logistyczno-marketingowe determinujące rozwój wiedzy przedsiębiorstwa o rynku (Rafał Matwiejczuk)

- 6.1.Uwarunkowania rozwoju wiedzy przedsiębiorstwa o rynku
- 6.2.Sfery regulacyjne logistyki i marketingu jako podstawa identyfikacji kluczowych procesów logistyczno-marketingowych determinujących rozwój wiedzy o rynku
- 6.3.Struktura kluczowych procesów logistyczno-marketingowych warunkujących rozwój wiedzy o rynku
- 6.4.Kluczowe kompetencje przedsiębiorstwa jako baza kluczowych procesów logistyczno-marketingowych związanych z rozwojem wiedzy przedsiębiorstwa o rynku

