

Spis treści:

Wstęp

.

Rozdział 1: System dystrybucji przedsiębiorstwa

- 1.1. Istota, rola i zadania systemu dystrybucji
- 1.2. Czynniki kształtujące system dystrybucji przedsiębiorstwa
 - 1.2.1. Nabywcy - rynek docelowy
 - 1.2.2. Zdolność do budowania relacji
 - 1.2.3. Cechy produktu
 - 1.2.4. Potencjał przedsiębiorstwa w zakresie zasobów
 - 1.2.5. Elementy otoczenia rynkowego

.

Rozdział 2: Marketingowo-logistyczne ujęcie systemu dystrybucji

- 2.1. Przesłanki marketingowo-logistycznej orientacji przedsiębiorstwa
- 2.2. Miejsce dystrybucji w marketingowo-logistycznej koncepcji działalności przedsiębiorstw
 - 2.2.1. Dystrybucja jako instrument marketingu
 - 2.2.2. Dystrybucja jako podsystem logistyczny

.

Rozdział 3: Metodyka oceny efektywności systemu dystrybucji

- 3.1. Efektywność w procesie gospodarowania
- 3.2. Założenia oceny efektywności systemu dystrybucji

.

Rozdział 4: Kryteria oceny efektywności systemu dystrybucji

- 4.1. Finansowe kryteria oceny efektywności systemu dystrybucji
 - 4.1.1. Przychody ze sprzedaży wyrobów i usług
 - 4.1.2. Koszty własne
- 4.2. Marketingowe kryteria oceny efektywności systemu dystrybucji
- 4.3. Logistyczne kryteria oceny efektywności systemu dystrybucji
 - 4.3.1. Koszty
 - 4.3.2. Jakość
 - 4.3.3. Czas

.

Rozdział 5: Narzędzia oceny efektywności systemu dystrybucji

- 5.1. Narzędzia finansowej oceny efektywności systemu dystrybucji
 - 5.1.1. Analiza finansowa wybranych elementów majątku obrotowego charakteryzujących politykę handlową przedsiębiorstwa
 - 5.1.2. Zastosowanie wybranych elementów analizy wskaźnikowej w ocenie efektywności systemu dystrybucji
 - 5.1.3. Wielowymiarowe narzędzia finansowej oceny efektywności systemu dystrybucji
- 5.2. Narzędzia marketingowej oceny efektywności systemu dystrybucji
 - 5.2.1. Metody porównawcze oceny efektywności kanałów dystrybucji
 - 5.2.2. Ocena efektywności systemu dystrybucji w aspekcie ponoszonych kosztów marketingowych
 - 5.2.3. Ocena efektywności systemu dystrybucji za pomocą badania relacji między głównymi kategoriami finansowo-marketingowymi
 - 5.2.4. Ocena marketingowej efektywności działań prowadzonych w ramach systemu dystrybucji z perspektywy klienta
- 5.3. Narzędzia logistycznej oceny efektywności systemu dystrybucji

- 5.3.1. Wskaźniki efektywności podsystemu logistyki dystrybucji
- 5.3.2. Wskaźniki efektywności łańcucha logistycznego
- 5.3.3. Efektywność kosztów logistycznych
- 5.3.4. Obsługa klienta

Zakończenie

Bibliografia