

SPIS TREŚCI

Wprowadzenie.....	3
Rozdział I Partnerzy dystrybucji.....	6
I. Obieg dystrybucji.....	7
II. Struktury dystrybucji.....	11
III. Techniki dystrybucji.....	25
IV. Ewolucja dystrybucji.....	26
Rozdział II Funkcje dystrybucji, logistyka.....	29
I. Cele i koszty dystrybucji fizycznej.....	29
II. Najważniejsze problemy dystrybucji fizycznej.....	32
Rozdział III Funkcje dystrybucji, funkcje marketingu.....	40
I. Badania zajmujące się procesem dystrybucji.....	40
II. Promocje w sklepach.....	45
III. Merchandising.....	51
IV. Dystrybucja nietradycyjna.....	54
Rozdział IV Strategie dystrybucji.....	58
I. Strategie dystrybucji producentów.....	58
II. Strategie dystrybutorów.....	70
Rozdział V Informatyka a dystrybucja.....	78
I. EAN Gencod - czytelniki optyczne.....	78
II. Elektroniczny transfer środków pieniężnych.....	86
III. Warunki i konsekwencje komputeryzacji.....	88
IV. Vidéotex a dystrybucja.....	91
Rozdział VI Koszty i metody kontroli.....	94
I. Elementy kosztu dystrybucji.....	94
II. Obrót kapitału i rotacja zapasów.....	98
III. Rentowność a kontrola.....	102
IV. Przykład: przedsiębiorstwo France-Discount.....	106
Zakończenie Przyszłość dystrybucji.....	117
Bibliografia	126