

Związki marketingu i logistyki

KONSPEKT PRACY MAGISTERSKIEJ

Realizacja celów przedsiębiorstw produkcyjnych, produkcyjno – handlowych oraz przedsiębiorstw handlowych wymaga, aby produkt przeznaczony na sprzedaż dotarł do punktu sprzedaży detalicznej i został zaoferowany konsumentowi we właściwej ilości i jakości, we właściwym miejscu, we właściwym czasie i po akceptowalnych kosztach.

Stanowi to podstawowy warunek zadowolenia odbiorców, co w konsekwencji prowadzi do pozyskania oraz utrzymania klientów, będących kwintesencją współczesnego biznesu.

Swoistym ogniwem pośrednim pomiędzy produkcją a konsumpcją jest niewątpliwie dystrybucja. Definicję dystrybucji można odnaleźć zarówno w podręcznikach do marketingu jak również w literaturze logistycznej. Istnieje wiele powiązań obu nauk.

Celem niniejszej pracy jest ukazanie związków marketingu i logistyki pod względem dystrybucji.

Praca składa się z czterech rozdziałów. Trzy pierwsze rozdziały stanowią część teoretyczną, natomiast rozdział czwarty to część empiryczna niniejszej pracy.

Rozdział pierwszy stanowi wstęp do późniejszych rozważań. W rozdziale tym przedstawiono istotę i przedmiot logistyki. Omówiono powstanie i rozwój logistyki oraz przedstawiono istotę i cele logistyki. Ponadto w rozdziale tym omówiono procesy logistyczne a także przedstawiono istotę oraz klasyfikację systemów logistycznych.

Rozdział drugi ukazuje powiązania logistyki z marketingiem. W rozdziale tym omówiono pojęcie dystrybucji, przedstawiono rodzaje dystrybucji oraz omówiono kanały dystrybucji w marketingu oraz w logistyce.

Rozdział trzeci ukazuje logistykę dystrybucji. W tej części pracy zdefiniowano logistykę dystrybucji oraz ukazano podstawowe jej koncepcje. Omówiono także logistykę dystrybucji i instrumenty marketingu a także scharakteryzowano logistykę marketingową.

W rozdziale czwartym dokonano analizy procesu dystrybucji fizycznej w wybranym przedsiębiorstwie logistycznym. Badania rozpoczęto od ogólnej charakterystyki przedsiębiorstwa oraz określenia profilu jego działalności. W rozdziale tym oparto się o materiały wewnętrzne badanego przedsiębiorstwa.

Pracę napisano w oparciu o dostępną literaturę fachową, raporty i artykuły zamieszczone w prasie i w internecie oraz w oparciu o aktualne akty normatywne i prawne. Ponadto wykorzystano materiały wewnętrzne badanej spółki.

PLAN PRACY MAGISTERSKIEJ

Wstęp

Rozdział I. Istota i przedmiot logistyki

1.1. Powstanie i rozwój logistyki

1.2. Pojęcie, istota i cele logistyki

1.3. Procesy logistyczne

1.4. Istota i klasyfikacja systemów logistycznych

Rozdział II. Logistyka a marketing

2.1. Pojęcie dystrybucji

2.2. Rodzaje dystrybucji

2.3. Kanały dystrybucji

Rozdział III. Logistyka dystrybucji

3.1. Definicja i koncepcja logistyki dystrybucji

3.2. Logistyka dystrybucji i instrumenty marketingu

3.3. Logistyka marketingowa (dystrybucja fizyczna)

Rozdział IV. Logistyka dystrybucji w przedsiębiorstwie „X”

3.1. Ogólna charakterystyka przedsiębiorstwa „X”

3.2. Profil działalności

3.3. Logistyka marketingowa w przedsiębiorstwie „X”

Zakończenie

Bibliografia

Spis rysunków i tabel

Jeśli nie czujesz się na siłach, aby samodzielnie napisać swoją pracę i potrzebujesz w tym pomocy, to polecamy serwis [pisanie prac](#) - wszechstronna pomoc w pisaniu prac.