

System dystrybucji firmy Optimus Technologie S.A.

1. J. Altkorn (red.): Podstawy marketingu. Instytut Marketingu, Kraków 1996.
2. L. Białoń; Podstawy marketingu. WSM, Warszawa 2000.
3. M. Christopher: Strategia zarządzania dystrybucją. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1996.
4. A. Czubała: Dystrybucja produktów. PWE, Warszawa 2001.
5. A. Czubała; Rodzaje strategii dystrybucji. Zesz. Nauk. AE Kraków 2000.
6. A. Czubała; Znaczenie i kierunki przeobrażeń pośrednictwa hurtowego w kanałach dystrybucji. Wyższa Szkoła Przedsiębiorczości i Marketingu w Chrzanowie, Prace Naukowe Nr 1/1997.
7. J. Dietl: Strategia dystrybucji, a strategia marketingu. „Życie Gospodarcze” Nr 41/1991.
8. R. Głowacki, Z. Kossut, T. Kramer: Marketing. PWN, Warszawa 1984.
9. Z. Kędzior: Orientacja marketingowa w przedsiębiorstwach. „Marketing i Rynek” 1997, nr 7.
10. R. Kłeczek, W. Kował, J. Wozniczka: Strategiczne planowanie marketingowe. PWE, Warszawa 1996.
11. R. Kłeczek, W. Kował, P. Waniowski, J. Woźniczka: Marketing. Jak to się robi. Ossolineum, Wrocław 1992.
12. U. Kłosiewicz-Górecka; Współdziałanie podmiotów w kanałach dystrybucji. „Handel Wewnętrzny” Nr 1/2001.
13. Ph. Kotler: Marketing. Wyd. FELBERG SJA, Warszawa 1999.
14. A. K. Koźmiński, W. Piotrowski; Zarządzanie. Teoria i praktyka. PWN, Warszawa 2000.
15. T. Kramer: Podstawy marketingu. PWE, Warszawa 2000.
16. R.M.Clewett: Checking Your Marketing Channels, US Small Business Administration Management Aids for Small Manufacturers, No.120, Washington, January 1981.
17. E. Miktoraj, Logistyka dystrybucji. PWE, Warszawa 1994.

18. B. Mróz: Strategia przedsiębiorstwa. Firma 4/1992.
19. H. Mruk, B. Pilarczyk, B. Sojkin, H. Szulce: Podstawy marketingu. Wydawnictwo AE, Poznań 1996.
20. I. Penc-Pietrzak: Strategia biznesu i marketingu. Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1998.
21. A. Pomykański: Strategie marketingowe. Wydawnictwo LODART S.A., Łódź 1999.
22. Prospekt emisyjny Optimus Technologie S.A.
23. K. Przybyłowski, S. Hartley, R. Kerin, W. Redelius: Marketing. Dom Wydawniczy ABC 1998.
24. E. R. Corey: Strategic Marketing Menegement. R.J. Dolan, Boston 1991.
25. G. Radziejowska, M. Pietrucha-Pacut, K. Szczecina, A. Wiertelorz; Badania skuteczności kanałów dystrybucji wybranych przedsiębiorstw. „Logistyka” Nr 5/2000.
26. T. Sztucki: Marketing. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2000.
27. W. Wrzosek, I. Rutkowski, L. Garbarski, Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy. PWE, Warszawa 2000.
28. J. Zieleniewski: Współczesne problemy zarządzania. PWN, Warszawa 1974.

Jeśli szukają Państwo pomocy w napisaniu własnej pracy - potrzebują Państwo fachowych konsultacji to polecamy stronę [pisanie prac](#) - profesjonalna pomoc w pisaniu prac w granicach prawa.