ШустерманЕфимСеменовичОрганизационноэкономическиеформыдилерскойдеятельностинароссийскомрынкеДискандэконнаукМоскваРГБОД

Введение

ГлаваТеоретическиеосновыстановленияиразвитияпосредническогопредпринимательства

ПроблемымалогопредпринимательствавРоссии

Анализразвитиямалогопредпринимательствакакосновыдилерскойдеятельности

Необходимостьстановленияиразвитиядилерскойдеятельности

Методыпродвиженияпродукциисиспользованиемуслугторговогопосредничества

ПравовыеусловияформированияиразвитиядилерствавРоссии

ГлаваМеханизмвзаимодействиякрупногоимелкогобизнесавпроцессесозданияифункционированиядилерскойсбытовойсети

Предпринимательскиесетикакспецифическаяформамежфирменноговзаимодействия

Влияниенезависимойдилерскойсетинаразвитиеавтомобилестроения

Основныепринципывзаимодействияфирмыпроизводителясдилерами

Дилерскоесоглашениекакосновавзаимоотношенийфирмыпроизводителяидилеров

Рольдилерскойкомпаниивпродвижениитоваранарынок

ГлаваСервисноеобслуживаниепотребителяиегоэффективность

Промышленныймаркетингкакформастратегическоговлияниянаформированиерынкасервисныхуслуг

Системноеобеспечениерынказапчастями

ОсновныенаправлениядеятельностикорпорацииТермоКингнароссийскомрынке

Оценкаэффективностиработыдилерскойкомпании

Заключение

Списоклитературы

Приложение