

Оглавление

Предисловие	3
Глава 1	
ИНДУСТРИЯ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ.	7
1.1. Вклад розничной торговли в экономику России.	7
1.2. Типы и форматы магазинов в России и за рубежом.	29
1.3. Процессы интеграции в торговле и развитие интеграционных структур.	42
1.4. Территориально сгруппированные торговые форматы	57
1.5. Систематизация розничных форматов	68
1.6. Рациональное размещение и оценка месторасположения розничных торговых предприятий.	75
Практикум.	92
Глава 2	
МАГАЗИНОСТРОЕНИЕ	
КАК СОСТАВНОЙ ЭЛЕМЕНТ МЕРЧАНДАЙЗИНГА	101
2.1. Основы мерчандайзинга и устройство магазина	101
2.2. Организация внутреннего пространства торговых помещений	118
2.3. Формирование «покупательской тропы», или технология размещения товаров в торговом зале	129
2.4. Способы расстановки оборудования	147
2.5. Фирменное наименование торгового предприятия.	154
Практикум.	161

Глава 3

ТОРГОВО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОЦЕСС

В МАГАЗИНЕ 173

- 3.1. Торгово-технологический процесс
розничного торгового предприятия 173
- 3.2. Закупка товаров 177
- 3.3. Приемка, хранение, подготовка товаров к продаже. 206
- 3.4. Мерчандайзинговые приемы выкладки товаров. 232

Практикум. 254

Глава 4

ПРОДАЖА ТОВАРОВ

И ОБСЛУЖИВАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ 266

- 4.1. Услуга розничной торговли.
Основные и дополнительные услуги 266
- 4.2. Новые формы ведения торговли и методы
продажи товаров. 280
- 4.3. Торговый процесс продажи товаров. 295
- 4.4. Качество торговой услуги и ее оценка методом
SERVQUAL 313
- 4.5. Работа с рекламациями покупателей
как средство повышения качества торговой услуги 319

Практикум. 339

Литература 351

Основные термины и определения 353

Приложения 367

Ответы на тестовые вопросы и задания 380