

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие редактора

Раздел 1. Мерчандайзинг в системе технологий маркетинга и менеджмента

Статья 1

Ромат Е.

Мерчандайзинг - маркетинговая технология, реализуемая в розничной торговле

Статья 2

Ромат Е.

Интегрированные маркетинговые коммуникации в местах продажи

Статья 3

Затейкин В.

Категорийный менеджмент как направление развития бизнеса

Статья 4

Мясников А., Уварова А.

Новые тенденции - в развитии бизнес-стратегий розничных сетей

Статья 5

Войцеховский О.

Выбор формата торговли для украинского рынка

Раздел 2. Основные элементы технологии мерчандайзинга

Статья 6

Войцеховский О.

Управление ассортиментом по категорийному принципу

Статья 7

Гвоздик О.

Ассортиментная и ценовая политика

Статья 8

Рымаренко А.

Скидка должна быть большой, и скидка должна быть маленькой

Статья 9

Лысакова Н.

Логистика: основные понятия

Статья 10

Сергеев 8.

Роль логистики в обеспечении конкурентоспособности торговой компании

Статья 11

Алексеев П., Ладыженская Т.

Фактор рекламной среды и некоторые аспекты его использования в усилении влияния на потребителя

Статья 12

Пасечник В.

POS-материалы: очередная статья расходов или средство роста продаж?

Статья 13

Лазаренко А.

Инструменты борьбы за покупателя в точках продажи

Статья 14

Войцеховский О.

Что такое магазин самообслуживания

Статья 15

Фильченков Д.

Эффективная организация торгового предприятия: оптимизация розничных продаж

Статья 16

Деркач Т.

Технология дохода

Раздел 3. Практика мерчандайзинга

Статья 17

Червак Р.

Секреты создания атмосферы супермаркета

Статья 18

Быстрое Л.

Пластиковые карты в розничной торговле и сфере услуг

Статья 19

Зархин М.

Практика франчайзинга. Преимущества и недостатки

Статья 20

Черепов Л.

Франчайзинг и интеллектуальная собственность

Статья 21

Фильченков Д.

Организация объектов самообслуживания

Статья 22

Кашпур А.

«Каждый Охотник Желает Знать, Где Сидит Фазан»

Статья 23

Удалова К.

Организация мерчандайзинга в компании

Статья 24

Головизнина А.

Стратегия и тактика мерчандайзинговых войн (начальный курс
молодого мерчандайзера)

Статья 25

Шабунц Г.

Мерчандайзинговый аудит на заказ или панельное исследование?

Статья 26

Бутивщенко Е.

Карточные короли