



Клочкова М. С.

Мерчандайзинг: Учебно-практическое пособие / М. С. Клочкова, Е. Ю. Логинова, А. С. Якорева. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К<sup>о</sup>», 2010. — 268 с.  
ISBN 978-5-394-00995-2

Каждый производитель и продавец мечтает о повышении объемов продаж и увеличении прибыли. Существует много способов для достижения данных целей, один из них — мерчандайзинг. Он заключается в приоритетной выкладке товара, благодаря которой потребитель совершает больше покупок, приобретает более дорогой товар и т. д.

Данное пособие поможет внедрить мерчандайзинг на торговом предприятии. В нем рассматриваются вопросы о товарной политике, ассортименте, планировании продаж, принципах выкладки и ротации продукции, рекламе и т. д.

Для мерчандайзеров, руководителей предприятий, отделов продаж, рекламных агентств, а также студентов, изучающих данную дисциплину.