

Obsah

1 Význam obchodu a obchodné kategórie	7
1.1 Teoretické vymedzenie problematiky.....	7
1.2 Praktické ukážky a úlohy.....	10
1.3 Prípadová štúdia.....	11
2 Retailing a vývoj predajných formátov	14
2.1 Teoretické vymedzenie problematiky	14
2.2 Praktické ukážky a úlohy	18
2.3 Prípadová štúdia	24
3 Vybavenie a materiálovo-technická základňa predajní	28
3.1 Teoretické vymedzenie problematiky	28
3.2 Praktické ukážky a úlohy	32
3.3 Prípadová štúdia	34
4 Plochy a dispozičné riešenie predajní	36
4.1 Teoretické vymedzenie problematiky.....	36
4.2 Praktické ukážky a úlohy	42
4.3 Prípadová štúdia.....	47
5 Merchandising a prezentácia tovaru.....	49
5.1 Teoretické vymedzenie problematiky	49
5.2 Praktické ukážky a úlohy	56
5.3 Prípadová štúdia v Laboratóriu spotrebiteľských štúdií.....	60
6 Vizuálny merchandising.....	64
6.1 Teoretické vymedzenie problematiky	64
6.2 Praktické ukážky a úlohy	65
6.3 Prípadová štúdia a výskumné otázky	70
7 Nákupné prostredie a nákupná atmosféra	72
7.1 Teoretické vymedzenie problematiky.....	72
7.2 Praktické ukážky a úlohy.....	82
7.3 Prípadová štúdia.....	89
8 Služby v maloobchode	94
8.1 Teoretické vymedzenie problematiky	94
8.2 Praktické ukážky a úlohy	95
8.3 Prípadová štúdia	98