**Вариант 4**

1. Прямые и опосредованные закупки товаров, структура каналов.
2. Методика анализа местоположения магазина в торговой зоне и его конкурентоспособности.
3. К основным направлениям коммерческой деятельности относятся:

а) установление партнерских отношений;

б) сбыт-продажа товаров;

в) предоставление услуг;

г) разработка технологических карт/картограмм