

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 22.09.2023 16:00:40
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Мерчандайзинг и клиентология

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	54.03.03 Искусство костюма и текстиля
Специализация	Дизайн костюма и аксессуаров
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года 6 мес
Форма обучения	Очно-заочная

Учебная дисциплина «**Мерчандайзинг и клиентология**» изучается шестом семестре

Курсовая работа/Курсовой проект –не предусмотрены

1.1. Форма промежуточной аттестации

зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Целями изучения дисциплины «Мерчандайзинг и клиентология» являются:

- анализ рынка и формирование ценового сегмента;
- формирование концепции, идеи и миссии торговой марки, как основы для построения бизнес модели;
- изучение спроса и анализ рынка,
- анализ и изучение конкурентной среды;
- анализ проблем и потребностей целевой аудитории;
- формирование программ лояльности;
- методы формирования Ассортиментной политики торговой марки;
- формирование маркетинговой стратегии торговой марки;
- формирование плана продаж, производственного плана;
- формирование плана продвижения с учетом знания целевой аудитории;
- формирование визуального мерчандайзинга, как системы маркетинговых коммуникаций
- формирование базовых свойств психологии визуальной презентации
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины

2. Формируемые компетенции и индикаторы достижения компетенций:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПК-4 Способен разрабатывать концепцию, идею, философию и миссию торговой марки; разрабатывать ассортиментную политику; анализировать конкурентов, каналы сбыта и программы лояльности	ИД-ПК- 4.1 Определение ниши, целевой аудитории, формирование ДНК бренда
	ИД-ПК- 4.2 Планирование ассортиментной матрицы торговой марки, межсезонных связей капсул одежды и аксессуаров
	ИД-ПК-4.3 Анализ конкуренции в предполагаемой нише, способов и методов продвижения продукции
	ИД-ПК-4.4 Определение и использование программ лояльности для увеличения продаж

Общая трудоёмкость учебной дисциплины (модуля) по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	з.е.	108	час.
---------------------------	---	------	-----	------