

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 20.06.2025 12:56:07
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Мерчандайзинг и клиентология

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	54.03.03 Искусство костюма и текстиля
Профиль	Дизайн костюма
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форма обучения	Очная

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг и клиентология» изучается в шестом семестре.

1.1. Форма промежуточной аттестации-

Зачет с оценкой

1.2. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг и клиентология» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и является элективной дисциплиной.

1.3. Цели и планируемые результаты обучения по дисциплине

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.

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

1.4. 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-4.4 Определение и использование программ лояльности для увеличения продаж

1.5. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения	3	з.е.	36	час.
-------------------------	---	------	----	------