

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 20.06.2025 13:01:07  
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 очно-заочной форме обучения | 4 года 6 мес.                         |
| Форма обучения                                                         | Очно-заочная                          |

Учебная дисциплина «Мерчандайзинг и клиентология» изучается в седьмом 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<br>Способен разрабатывать концепцию, идею, философию и миссию торговой марки; разрабатывать ассортиментную политику; анализировать конкурентов, каналы сбыта и программы лояльности | ИД-ПК-4.1<br>Определение ниши, целевой аудитории, формирование ДНК бренда                                       |
|                                                                                                                                                                                          | ИД-ПК-4.2<br>Планирование ассортиментной матрицы торговой марки, межсезонных связей капсул одежды и аксессуаров |
|                                                                                                                                                                                          | ИД-ПК-4.4<br>Определение и использование программ лояльности для увеличения продаж                              |

## 1.5. Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

|                                  |   |      |    |      |
|----------------------------------|---|------|----|------|
| по очно-заочной форме обучения – | 3 | з.е. | 36 | час. |
|----------------------------------|---|------|----|------|