

Аннотация рабочей программы дисциплины Маркетинг товаров

Направление подготовки: 38.03.07 Товароведение

Направленность (профиль): Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле

Год начала подготовки 2020

Квалификация: Бакалавр

Трудоемкость: 4 з.е.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Место дисциплины в структуре образовательной программы:

Дисциплина «Маркетинг товаров» относится к вариативной части учебного плана подготовки бакалавров по направлению 38.03.07 Товароведение.

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении курсов: «Товарная информация», Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков. Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих курсов: «Мерчендайзинг», «Логистика», «Организационно-управленческая деятельность торговых предприятий», «Технологии продаж», «Технологии сервиса в торговле», «Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности», «Преддипломная практика», «Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена», «Защита выпускной квалификационной работы».

Содержание дисциплины (тематический план):

1. Социально-экономическая сущность и содержание маркетинга
2. Составляющие элементы маркетинговой деятельности:
3. Маркетинговая среда и ее структура
4. Маркетинговые исследования и маркетинговая информация
5. Поведение потребителей
6. Сегментация рынка. Позиционирование товаров на рынке.
7. Товарная политика
8. Ценовая политика
9. Сбытовая политика
10. Коммуникационная политика
11. Управление маркетингом
12. Стратегии, планирование маркетинга. Маркетинговая часть бизнес-плана
13. Организация работы службы маркетинга. Контроль маркетинга

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

ПК-14 - способностью осуществлять контроль за соблюдением требований к упаковке и маркировке, правил и сроков хранения, транспортирования и реализации товаров, правил их выкладки в местах продажи согласно стандартам мерчендайзинга, принятым на предприятии, разрабатывать предложения по предупреждению и сокращению товарных потерь.

Разработчик: кафедра коммерческого товароведения