Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.ДВ.07.02 «Мерчандайзинг»*

Направление подготовки

*38.03.06 Торговое дело профиль Коммерция*

Рабочая программа разработана для студентов направления подготовки38.03.06 Торговое дело, профиль подготовки - Коммерция, квалификация выпускника - бакалавр, год приема - 2014.

 «Мерчандайзинг и реклама в местах продаж» как учебная дисциплина относится к курсам вариативной части дисциплинам по выбору учебного плана бакалавриата.

Целью дисциплины «Мерчандайзинг и реклама в местах продаж» является овладение студентами системой методологических, организационных и финансово-экономических знаний, направленных на обеспечение эффективной маркетинговой коммуникативной деятельности компании, осуществляемой в местах продаж и направленной на обеспечение управления поведением покупателей.

Задачами дисциплины являются:

1. изучение понятия, социально-культурной значимости, профессиональной специфики и основных составляющих коммуникативной деятельности коммерческого предприятия;
2. изучение специфики содержания комплексной системы реализации коммуникативных мероприятий, направленных на управление поведением потребителей в местах продаж;
3. освоение технологии проектирования, внедрения и контроля маркетинговых коммуникативных мероприятий, осуществляемых в рамках торгового предприятия.

Рабочая программа составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки38.03.06 Торговое дело.

В ходе преподавания данного учебного курса планируется обеспечить формирование у студентов следующих знаний, умений и навыков:

**знаний**

- технологий и методик осуществления торгово-технологической деятельности коммерческого предприятия ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4;

- специфики работы в профессиональной команде, ориентированной на максимальное удовлетворение покупательского ожидания - ПК-5, ПК-8.

**умений**

- применять на практике методики управления товарной политикой торгового предприятия, ориентированного на осуществление клиентоориентированной профессиональной деятельности - ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4;

- грамотно осуществлять организационную деятельность, направленную на формирование профессиональной команды максимально качественно обслуживающей покупательскую аудиторию - ПК-5, ПК-8.

**владения**

- навыками применения на практике методик управления товарной политикой торгового предприятия, ориентированного на осуществление клиентоориентированной профессиональной деятельности - ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4;

- способностью осуществления организационной деятельностью профессиональной команды максимально качественно обслуживающей покупательскую аудиторию - ПК-5, ПК-8.

Основным содержанием рассматриваемой рабочей программы являются следующие информационные материалы: формы контроля, содержание разделов, их тематическое планирование и учебно-методическое, информационное и технологическое обеспечение рассматриваемой учебной дисциплины. Особо детально представлены оценочные средства, применяемые преподавателем для осуществления контроля за практической и самостоятельной работой студентов.

В приложении представлены формирование балльной оценки по рассматриваемому курсу, пример билета для контрольного мероприятия, а также планирование работы для студентов заочной формы обучения.

Объем рабочей программы по учебному курсу «Мерчандайзинг и реклама в местах продаж» составляет 33 страницы.

Составитель: ст. преподаватель кафедры Торговое дело Тиунова Наталья Геннадьевна