Аннотация рабочей программы дисциплины

*Б1.В.ДВ.04.02 «Товарный менеджмент марочных товаров»*

Направление подготовки

*38.03.07 Товароведение профиль Товарный менеджмент*

Рабочая программа учебной дисциплины соответствует требованиям ФГОС ВО по направлению *38.03.07 «Товароведение»*

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Учебная дисциплина «Товарный менеджмент марочных товаров» входит в раздел дисциплин по выбору студента, модуля 4 вариативной части учебного плана.

**2. Цель и задачи дисциплины, требования к результатам освоения дисциплины:**

*Цель дисциплины* **–**формирование теоретических знаний и практических навыков по разработке, достижению известности и управлению марочными товарами на всех стадиях жизненного цикла; создание отношения к марочному товару как к инструменту рыночной экономики. Успешное освоение дисциплины призвано развить у студентов основы коммерческого мышления, поискового умонастроения, предпринимательской интуиции и инициативы.

*Задачи дисциплины:* изучение российских и зарубежных концепций построения марочных товаров; ознакомление с зарубежной и российской практикой брендинга; формирование практических подходов по созданию успешных марочных товаров; приобретение навыков продвижения и управления марочными товарами на всех стадиях жизненного цикла; анализ факторов, влияющих на формирование и сохранение жизнеспособности марочных товаров; ознакомление с основными правовыми аспектами в области защиты марочных товаров и регулирование прав интеллектуальной собственности на рынке.

Дисциплина имеет важное значение в подготовке бакалавров, будущая профессиональная деятельность которых связана со сферой обращения потребительских товаров, управлением товарными системами и оптимизацией товарной политики марочных товаров предприятия.

В результате изучения дисциплины студент должен:

*Знать:* основные понятия, термины и их определения в области товарного менеджмента марочных товаров; основы работы с поставщиками и покупателями; факторы, формирующие и сохраняющие основополагающие характеристики марочных товаров; особенности формирования оптимального ассортимента марочных товаров и построения грамотной ассортиментной политики торговой и производственной компании.

*Уметь*: обеспечивать эффективное продвижение марочных товаров в сфере обращения; налаживать работу с поставщиками и анализировать рекламации по качеству марочных товаров; выявлять потребительские предпочтения и потенциальный круг потребителей; работать с нормативной и технической документацией в области товарного менеджмента марочных товаров; определять и оценивать категории марочных товаров в ассортиментной политике компании.

*Владеть*: современными методами исследования показателей ассортимента торгового предприятия и потребительских предпочтений; положениями о работе с поставщиками; инструментами, процессами и информацией для развития и управления категориями ассортимента компании.

**3. Формируемые компетенции:**

ОПК-3 - Умение использовать нормативно - правовые акты в своей профессиональной деятельности

ПК- 6 - Навыки управления основными характеристиками товаров (количественными, качественными, ассортиментными и стоимостными) на всех этапах жизненного цикла с целью оптимизации ассортимента, сокращения товарных потерь и сверхнормативных товарных запасов

ПК- 8 – Знание ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество.

ПК- 12- Системное представление о правилах и порядке организации и проведения товарной экспертизы, подтверждения соответствия и других видах оценочной деятельности.

**4. Содержание дисциплины (содержание разделов дисциплины, разделы дисциплины и междисциплинарные связи с обеспечиваемыми (последующими) дисциплинами, разделы дисциплины и виды занятий);**

Тема 1. Введение. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.

Тема 2. Создание марочных товаров.

Тема 3. Продвижение марочных товаров.

Тема 4. Управление марочными товарами.

Тема 5. Оценка стоимости марочных товаров.

Тема 6. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров.

Знания, полученные при изучении дисциплины «Товарный менеджмент марочных товаров» необходимы для освоения дисциплин: «Рынки непродовольственных товаров», «Товарный менеджмент товаров детского ассортимента» и прохождения государственной итоговой аттестации.

**5. Объем дисциплины:** 216/6 з.е. (в том числе: ауд.-48, электр. – 6 час., сам. р. – 132).

**6. Форма промежуточного контроля** – экзамен.

**7. Семестр** - 8.

Разработчик:

Ст. преподаватель кафедры товароведения и экспертизы

товаров ПИ (ф) РЭУ имени Г.В. Плеханова А.В. Колосова