Аннотация рабочей программы дисциплины
Б1.В.ДВ.04.02.02 «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»*

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

Дисциплина основывается **на знании следующих дисциплин**: «Технология хранения и транспортирования товаров », «Стандартизация, подтверждение соответствия и метрология», «Теоретические основы товароведения и экспертизы», «Инструментальные методы исследования в товароведении», «Упаковка товаров», «Товарный менеджмент», «Идентификация потребительских товаров», «Технология транспортирования и хранения товаров».

Изучение дисциплины «Товарный менеджмент марочных товаров» необходимо для освоения следующих дисциплин: «Рынки непродовольственных товаров», «Товарный менеджмент товаров детского ассортимента» и прохождения государственной итоговой аттестации.

Цель дисциплины

Целью освоения учебной дисциплины «Товарный менеджмент марочных товаров» является 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 обучающихся основы коммерческого мышления, поискового умонастроения, предпринимательской интуиции и инициативы.

Учебные задачи дисциплины

Задачами дисциплины являются:
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.

Требования к результатам освоения содержания дисциплины

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

Общепрофессиональные
ОПК-3 - Умением использовать нормативно - правовые акты в своей профессиональной деятельности.
В результате освоения компетенции **ОПК -3** студент должен:
Знать: особенности и порядок применения нормативно-правовых документов в профессиональной деятельности.

Уметь: работать с нормативной и технической документацией, используемой в профессиональной деятельности.
Владеть: навыками работы с нормативными и правовыми документами.

вид деятельности **оценочно-аналитическая деятельность**
ПК-8 - знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество.
В результате освоения компетенции **ПК-8** студент должен:
Знать: ассортимент товаров;
Уметь: анализировать потребительские свойства товаров.
Владеть: навыками анализа факторов, формирующих и сохраняющих качество товара.

ПК-11 умением оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации
В результате освоения компетенции **ПК-11** студент должен:
Знать: методы оценки соответствия товарной информации требованиям нормативной документации
Уметь: оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации
Владеть: методами оценки товарной информации

Содержание дисциплины
Тема 1. Введение. Товарный менеджмент марочных товаров в современных условиях.
Основные понятия: марочное название, марочный знак, товарный образ, товарная марка. Условия эффективной марочной политики фирмы. Отношение потребителей к марочным товарам.

Формируемые компетенции ОПК-3, ПК-8, ПК-11

Тема 2. Создание марочных товаров.
Создание марочных товаров: этапы создания торговой марки. Технология создания торговой марки. Пирамида торговой марки. Сравнительные параметры товара и его торговой марки. Понятие ценности торговой марки. Составляющие ценности марочных товаров

Формируемые компетенции ОПК-3, ПК-8, ПК-11

Тема 3. Продвижение марочных товаров.
Продвижение марочных товаров. Факторы, влияющие на продвижение торговой марки. Адаптация торговой марки. Старение торговой марки. Упадок торговой марки. Обновление торговой марки. Уровень лояльности потребителя к марочным товарам.

Формируемые компетенции ОПК-3, ПК-8, ПК-11

Тема 4. Управление марочными товарами.
Управление марочными товарами. Жизненный цикл марочных товаров. Особенности управления торговой маркой на различных этапах ее жизненного цикла. Поддержание жизнеспособности торговой марки.

Формируемые компетенции ОПК-3, ПК-8, ПК-11

Тема 5. Оценка стоимости марочных товаров.

Оценка стоимости марочных товаров. Понятия «марочный капитал». Оценочные величины, характеризующие торговую марку. Индикаторы силы торговой марки. Общие подходы к стоимостной оценке марочного капитала.

Формируемые компетенции ОПК-3, ПК-8, ПК-11

Тема 6. Правовые аспекты товарного менеджмента марочных товаров.

Правовые аспекты в области защиты марочных товаров и регулирование прав интеллектуальной собственности на рынке.

Формируемые компетенции ОПК-3, , ПК-8, ПК-11

Объем дисциплины: 216/6 з.е.
Промежуточная аттестация в 8 *семестре* –**экзамен**.
Семестр - 8.

Разработчик: Ст. преподаватель кафедры товароведения и экспертизы товаров ПИ (ф) РЭУ имени Г.В. Плеханова А.В. Колосова