

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.11.2 Товарная политика

по направлению подготовки: 38.03.06 «Торговое дело»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: КОиО

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Конструирование одежды и обуви»

1. Цели освоения дисциплины

Целями дисциплины «Товарная политика» является:

- а) подготовка бакалавров к научной деятельности в области маркетинговых исследований по отдельным разделам, этапам или заданиям в соответствии с утвержденными инновационными методиками;
- б) подготовка выпускников к проектной деятельности в области разработки и реализации проектов торгово-технологических и логистических процессов и систем;
- в) подготовка выпускников к организационно-управленческой деятельности в области маркетинга или коммерции при составлении отчетной документации, соблюдении законодательства, существующих требований и нормативов, заключении договоров, разработки и реализации стратегий и тактик.

2. Содержание дисциплины «Товарная политика»:

Сущность товарной политики организации.

Основные стратегические решения в товарной политике.

Политика обновления продукта – основа конкурентоспособности организации.

Особенности ассортиментной товарной политики.

Брендинг как инструмент маркетинговой политики.

Управление марочными активами основа формирования мировой товарной политики.

Роль и значение товарной информации в формировании товарной политики.

Формирование качества товаров как важнейшее направление товарной политики.

Особенности международной товарной политики.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

1) Знать:

- а) роль и значение товарной политики в организации производства и рынка;
- б) основные стратегии формирования привлекательности товарного предложения;
- в) особенности формирования ассортиментной товарной политики и факторов его определяющих;
- г) влияние конкурентоспособности и качества на товарную политику и предложение товаров;
- д) роль и значение бренда, марки, упаковки и сервиса в продвижении товаров;
- е) методы оценки эффективности современной товарной политики организаций.

2) Уметь:

- а) применять терминологию, лексику и основные категории товарной политики организаций;
- б) осуществлять оценку эффективности различных видов товарной политики;
- в) применять основные инструменты и методы управления товарной политикой;
- г) использовать все виды товарной политики для управления качеством и конкурентоспособностью организаций.

3) Владеть:

- а) инструментами и методами управления товарной политикой;
- б) методами оценки затрат на менеджмент качества – методами исследования конъюнктуры рынка;
- в) способами совершенствования информационного обеспечения производства и продвижения товаров;
- г) способами проведения целенаправленной товарной политики;
- д) методами изучения поведения потребителей и способов воздействия на него;
- е) способами выявления требований потребителей к качественным характеристикам товаров и услуг, формирования потребительского спроса и прогнозирования объемов продаж.

Зав.каф. КОиО



Махоткина Л.Ю.