

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинговые коммуникации в легкой промышленности

Наименование ОПОП ВО

29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности. Технология моды

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель дисциплины -изучить вопросы современного маркетинга на предприятиях легкой промышленности и основные технологии, для дальнейшего использования будущими специалистами в управлении коммерческой компанией в индустрии моды, а также на приобретение теоретических знаний и практических навыков, необходимых для интеграции маркетинга в управленческую практику.

Результаты освоения дисциплины (модуля)

Планируемыми результатами обучения по дисциплине являются знания, умения, навыки, соотнесенные с компетенциями, которые формирует дисциплина, и обеспечивающие достижение планируемых результатов по образовательной программе в целом. Перечень компетенций, формируемых в результате изучения дисциплины, приведен в таблице 1.

Таблица 1 – Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля)

Название ОПОП ВО, сокращенное	Код и формулировка компетенции	Код и формулировка индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине		
			Код результата	Формулировка результата	
29.03.05 «Конструирование изделий легкой промышленности» (Б-КИ)	ОПК-2 : Способен участвовать в маркетинговых исследованиях, проводить сравнительную оценку изделий легкой промышленности	ОПК-2.1к : Анализирует результаты маркетинговых исследований	РД1	Навыки	владение методами разработки и реализации маркетинговых программ в области индустрии моды
		ОПК-2.2к : Знает методы выявления и удовлетворения потребностей покупателя посредством маркетинговых коммуникаций	РД1	Умение	использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований в области индустрии моды
		ОПК-2.3к : Устанавливает маркетинговые коммуникации с потребителем товаров и услуг в индустрии моды	РД1	Знание	сущность и принципы брендинга на промышленном предприятии, подходов к организации маркетинга на предприятии индустрии моды;

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

1) Введение в маркетинг моды

- 2) Потребитель продукции в индустрии моды
- 3) Маркетинговое исследование моды и модный прогноз
- 4) Сегментация и маркетинговый микс

Трудоемкость дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу по всем формам обучения, приведен в таблице 2.

Таблица 2 – Трудоёмкость дисциплины

Название ОПОП ВО	Форма обуче- ния	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо- емкость	Объем контактной работы (час)						СРС	Форма аттес- тации
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеауди- торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА	КСР		
29.03.05 Конструирование изделий легкой промышленности	ОФО	Б1.Б	7	6	65	32	32	0	1	0	151	Э

Составители(ль)

*Клочко И.Л., кандидат технических наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий,
Inna.Klochko@vvsu.ru*