

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Маркетинг в розничной торговле

Наименование ОПОП ВО

38.03.07 Товароведение. Товароведение и экспертиза товаров в таможенной деятельности

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью настоящего курса является формирования знания о специфике маркетинговой деятельности в розничной торговле и практических навыков управления маркетинговой деятельностью торгового предприятия.

В ходе достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть особенности торгового маркетинга и комплекса маркетинга различных форматов магазинов;
- изучить основные стратегические и тактические направления деятельности торгового предприятия;
- ознакомиться с маркетинговыми подходами к формированию комплекса маркетинга и стратегий развития розничного торгового предприятия;
- изучить методы и инструменты управления ассортиментной политикой розничного торгового предприятия.

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 компетенции	Формулировка компетенции	Планируемые результаты обучения	
38.03.07 «Товароведение» (Б-ТВ)	ПК-7	Умение анализировать спрос и разрабатывать мероприятия по стимулированию сбыта товаров и оптимизации торгового ассортимента	Знания:	видов, типов, функций розничных торговых предприятий и процесса управления торгово-технологическим процессом; классификаций потребительских товаров и торгового ассортимента, структуры маркетинговой среды торгового предприятия; задач, принципов и функций торгового маркетинга, сущности и содержания торговой услуги и формы торгового обслуживания
			Умения:	управлять ассортиментом розничного торгового предприятия; разрабатывать стратегии и программы по управлению качеством товаров и услуг, идентифицировать реализуемую предприятием форму торгового обслуживания

			Навыки:	методами и средствами оптимизации ассортимента розничного торгового предприятия, методами и средствами выявления и формирования спроса потребителей; умением проводить маркетинговые исследования в сфере розничной торговли. навыками совершенствования торгового обслуживания
--	--	--	---------	---

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Особенности маркетинга в розничной торговле
- 2) Классификации торговых предприятий и форма торгового обслуживания
- 3) Субъекты маркетинга в розничной торговле
- 4) Стратегические направления развития розничного торгового предприятия
- 5) Маркетинговый подход к формированию ассортиментной политики торгового предприятия

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 обучения	Часть УП	Семестр (ОФО) или курс (ЗФО, ОЗФО)	Трудо-емкость (З.Е.)	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттес-тации	
					Всего	Аудиторная			Внеауди-торная			
						лек.	прак.	лаб.	ПА			КСР
38.03.07 Товароведение	ОФО	Ф.00	4	2	37	18	18	0	1	0	35	Э

Составители(ль)

*Кметь Е.Б., кандидат экономических наук, доцент, Кафедра маркетинга и торговли,
Elena.Kmet@vvsu.ru*