Аннотация дисциплины

«Товарный менеджмент»

Направление подготовки 38.03.07 Товароведение

Цель дисциплины:формирование у студентов-бакалавров теоретических знаний и приобретение ими практических навыков и умений в области товарного менеджмента, необходимых для эффективной профессиональной деятельности по выбору методов управления основополагающими характеристиками товара (продукции) на протяжении его жизненного цикла.

Освоение данной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

|  |  |
| --- | --- |
| № п/п | Содержание компетенций, формируемых полностью или частично данной дисциплиной |
| 1 | способностью применять принципы товарного менеджмента и маркетинга при закупке, продвижении и реализации сырья и товаров с учетом их потребительских свойств (ПК-5) |
| 2 | знанием ассортимента и потребительских свойств товаров, факторов, формирующих и сохраняющих их качество (ПК-8) |
| 3 | умением оценивать соответствие товарной информации требованиям нормативной документации (ПК-11) |

Трудоемкость дисциплины, реализуемой по учебному плану направления 38.03.07 «Товароведение»

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Вид занятий | Форма обучения | | |
| очная | заочная | |
| программа подготовки | | |
| полная | полная | ускоренная |
| 1. Аудиторные занятия, всего, часов | 42 | - | - |
| в том числе:  1.1. Лекции | 16 |  |  |
| 1.2. Лабораторные работы | - |  |  |
| 1.3. Практические (семинарские) занятия | 28 |  |  |
| 2. Самостоятельная работа, часов | 64 |  |  |
| Всего часов (стр. 1 + стр. 2) | 108 |  |  |
| Общая трудоемкость, зачетных единиц | 3 |  |  |

Формы промежуточной аттестации:зачет.

Перечень изучаемых тем:

1. Основные понятия, объекты и методы товарного менеджмента.
2. Жизненный цикл продукции.
3. Потребности и прогнозирование спроса. Характеристика потребителей.
4. Категорийный менеджмент.
5. Управление ассортиментом торгового предприятия.
6. Товарные линии, их роль в товарном менеджменте.
7. Управление товарными запасами.
8. Стратегия деловых взаимоотношений с поставщиками.
9. Стратегия закупки товара.