**Аннотация к рабочей программе учебной дисциплины**

**Интегрированные коммуникации в местах продаж**

Направление подготовки: **38.03.06 Торговое дело**

**1. Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины:**

ПК-3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;

ПК-8 готовность обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания;

ПК-9 готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.

**2. Содержание учебной дисциплины**

|  |  |
| --- | --- |
| **№ п/п** | **Разделы учебной дисциплины** |
| **1** | **2** |
| 1 | Классификация торговых предприятий |
| 2 | Торговые зоны магазина и правила размещения рекламных материалов в торговых зонах |
| 3 | Мерчендайзинг в местах продаж |
| 4 | Планировка торговой площади в местах продаж |
| 5 | Правила выкладки товара на торговом оборудовании с учетом специфики товарной группы в местах продаж |

**3. Форма контроля – зачет**