

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Имидж товара и услуги

Наименование ОПОП ВО

43.03.01 Сервис. Имиджмейкерские услуги

Цели и задачи дисциплины (модуля)

Целью освоения дисциплины «Имидж товара и услуги» в соответствии с общими целями реализации ОПОП является подготовка выпускников к сервисной, социокультурной, организационно-управленческой и научно-исследовательской деятельности в сфере сервиса; **задачи:** овладение технологией имидж - моделирования определённого продукта - товара, услуги, организации, в соответствии с потребностями целевой аудитории; овладение приемами прогнозирования, позиционирования, продвижения товара, услуги; анализа и построения брендинга, символических компонентов товара/услуги, а также формирования мифологического сообщения о данном объекте.

В результате освоения дисциплины студенты приобретут социокультурные и профессиональные компетенции, позволяющие формировать позитивный имидж в деловой жизнедеятельности человека, а также образ организации для продвижения ее на рынке и завоевания деловой репутации в предпринимательской среде.

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
43.03.01 «Сервис» (Б-СС)				

Основные тематические разделы дисциплины (модуля)

- 1) Введение в предмет Анализ подходов к определению понятия, формирования имиджа товаров, услуг. Общая характеристика имидж-технологий.
- 2) Приемы маркетинга при проектировании товара/услуги, анализ целевой аудитории
- 3) Особенности прогнозирования характеристик товара/услуги, изучение запроса, потребностей целевой аудитории, стиля жизни потребителя
- 4) Символическая природа имиджа товара/услуги
- 5) Технология процесса позиционирования товара/услуги
- 6) Особенности продвижения товара/услуги

- 7) Разработка мероприятий по продвижению товара/услуги
- 8) Приемы формирования рекламы в процессе продвижения товаров/услуг
- 9) Презентация имидж-карты товара/услуги

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		
43.03.01 Сервис	ОФО	Б1.Б	5	3	37	18	18	0	1	0	71	3

Составители(ль)

Метляева Т.В., кандидат культурология наук, доцент, Кафедра дизайна и технологий, Tatyana.Metlyayeva@vvsu.ru