

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Наименование дисциплины (модуля)

Имидж товара и услуги

Наименование ОПОП ВО

43.03.01 Сервис. Digital-коммуникации в сервисе

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

Трудоёмкость 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)	Трудоёмкость	Объем контактной работы (час)					СРС	Форма аттестации	
				(З.Е.)	Всего	Аудиторная			Внеаудиторная			
						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