

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный экономический университет»

Институт коммерции, маркетинга и сервиса

Кафедра коммерции, сервиса и туризма

АННОТАЦИЯ  
по дисциплине

Наименование дисциплины «Формирование имиджа коммерческого предприятия»

Направление подготовки/специальность 38.03.06 «Торговое дело»  
(указывается код и наименование направления подготовки/специальности)

Образовательная программа

«Коммерция»

«Электронная коммерция»

(указывается наименование программы бакалавриата/магистратуры/специализации)

Соответствует РПД

«Феерка» \_\_\_\_\_ 2016 г.  
/ УМУ СГЭУ /

Зав. кафедрой Д.В. Чернова /Чернова Д.В./

Квалификация (степень) выпускника

бакалавр

(указывается квалификация (степень) выпускника в соответствии с ФГОС ВО)

Самара 2016

## 1. Цели и задачи дисциплины

Рабочая программа по дисциплине «Формирование имиджа коммерческого предприятия» разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО, компетентным подходом, реализуемым в системе высшего образования.

Целью дисциплины «Формирование имиджа коммерческого предприятия» является формирование профессиональных компетенций в части освоения теории и практики использования имиджа организации в системе коммуникационного взаимодействия с целевой аудиторией..

В соответствии с поставленными целями преподавание дисциплины реализует следующие задачи.

### **Торгово-технологическая деятельность (для программы «Коммерция»):**

- 1) сформировать у студентов представление о деятельности по формированию имиджа предприятия;
- 2) определить роль имиджа торгового предприятия в системе коммуникаций с целевой аудиторией;
- 3) овладеть методами и приемами формирования имиджа торгового предприятия.

### **Проектная деятельность (для программы «Электронная коммерция»):**

- 1) сформировать у студентов представление о деятельности по формированию имиджа предприятия в контексте проектирования профессиональной деятельности;
- 2) определить роль имиджа торгового предприятия в процессе проектирования профессиональной деятельности;
- 3) овладеть методами и приемами формирования имиджа торгового предприятия с помощью информационных технологий.

## 2. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина Б1.В.ДВ.06.02 «Формирование имиджа коммерческого предприятия» является дисциплиной по выбору и входит в вариативную часть блока Б.1 «Дисциплины (модули)».

Изучение дисциплины основывается на знаниях, умениях и навыках, приобретенных обучающимися при изучении следующих дисциплин:

- для программы «Коммерция» Б1.Б.06 «Математика», Б1.Б12 «Маркетинг»;
- для программы «Электронная коммерция» Б1.Б.06 «Математика», Б1.Б.18 «Рекламная деятельность».

Знания, умения и навыки, формируемые дисциплиной «Формирование имиджа коммерческого предприятия», являются необходимыми для государственной итоговой аттестации (таблица 1).

Таблица 1

Междисциплинарные связи с последующими дисциплинами

№ п/п	Наименование обеспечиваемых (последующих) дисциплин	№.№ разделов данной дисциплины, необходимых для изучения обеспечиваемых (последующих) дисциплин							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Государственная итоговая аттестация				+		+		+

## 3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Изучение дисциплины «Формирование имиджа коммерческого предприятия» в образовательной программе направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

- общепрофессиональные:

ОПК - 2 способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; **владения математическим аппаратом при решении профессиональных проблем** - этап формирования завершающий.

знать:

- методы математической обработки результатов социально-психологического и маркетингового исследования имиджа;  
уметь:
- применять математические методы для обработки статистических данных;  
владеть:
- методами определения достоверности маркетингового и социально-психологического исследования.

- профессиональные:

**вид деятельности торгово-технологическая для программы «Коммерция»:**

**ПК- 3** – готовностью 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 - этап формирования завершающий.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в маркетинговых коммуникациях;
- социально-психологические и маркетинговые механизмы формирования имиджа.

уметь:

- определять социально-психологический профиль аудитории, личности, организации;
- разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, товара.

владеть:

- навыками выявления и оценки имиджевых характеристик личности, организации и товара.

**вид деятельности проектная для направления «Электронная коммерция»:**

**ПК- 12** – способностью разрабатывать проекты профессиональной деятельности (торгово-технологические, маркетинговые, рекламные и (или) логистические процессы) с использованием информационных технологий этап формирования завершающий.

В результате изучения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущность имиджа, его составляющие и роль в проектировании профессиональной деятельности;
- социально-психологические и маркетинговые механизмы формирования имиджа.

уметь:

- определять социально-психологический профиль аудитории, личности, организации;
- разрабатывать тактику формирования имиджа организации, личности, товара.

владеть:

- навыками выявления и оценки имиджевых характеристик личности, организации и товара с помощью информационных технологий.

#### 4. Объем и виды учебной работы

Учебным планом предусматриваются следующие виды учебной работы по дисциплине:

Таблица 2

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.
	Семестр 8
Аудиторные занятия	32/0,9
в том числе:	
Лекции	16/0,45
Практические занятия (ПЗ)	16/0,45
Лабораторные работы (ЛР)	
Самостоятельная работа	30/0,83

Вид учебной работы	Всего часов/з.е.
	Семестр 8
Курсовая работа/курсовой проект/контрольная работа	
Расчетно-графические работы	
Реферат/эссе	
Другие виды самостоятельной работы	
Вид промежуточной аттестации (зачет)	10/0,27
Общая трудоемкость 72 часы 2 зачетные единицы	72/2,0