

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.23 Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг

Направление подготовки: 29.03.01 Технология изделий легкой промышленности.

Профиль подготовки: «Технология швейных изделий»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: Материалов и технологий легкой промышленности

Кафедра-разработчик рабочей программы: «Экономики»

1. Цели освоения дисциплины:

- а) изучение студентами теоретических основ экономической деятельности и получение практических навыков решения организационно-экономических вопросов управления на предприятиях легкой промышленности;
- б) дать студентам знания в области маркетинговой деятельности предприятий легкой промышленности;
- в) подготовка студента к практическому применению полученных знаний, научить выявлять факторы, влияющие на эффективность работы предприятий легкой промышленности.

2. Содержание дисциплины «Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг»

1. Теоретические основы экономической деятельности предприятия.
2. Предприятие как объект управления и контроля. Внутренняя и внешняя среда предприятия.
3. Коммуникации в управлении. Управление конфликтами и изменениями.
4. Управление производственным персоналом на предприятиях легкой промышленности и организация оплаты труда работника.
5. Основы маркетинга услуг предприятий легкой промышленности. Система маркетинговых исследований.
6. Маркетинговый подход к организации работы на предприятиях легкой промышленности.
7. Управление маркетингом на предприятиях легкой промышленности. Стратегический маркетинг на предприятиях легкой промышленности и анализ в маркетинге.

3. В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- 1) Знать:
 - а) Современное состояние и перспективы развития отрасли;
 - б) Стили управления, виды коммуникации;
 - в) Принципы делового общения в коллективе;
 - г) Механизмы ценообразования на продукцию (услуги);
 - д) Формы оплаты труда;
 - е) Управленческий цикл;

- ж) Сущность, цели, основные принципы и функции маркетинга, его связь с менеджментом роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;
- з) Формы адаптации производства и сбыта в рыночной ситуации.

2) Уметь:

- а) Рассчитывать основные технико-экономические показатели деятельности организации;
- б) Применять в профессиональной деятельности приемы делового и управленческого общения;
- в) Анализировать ситуацию на рынке товаров и услуг.

3) Владеть:

- а) Навыками сбора и обработки необходимых данных, необходимых для разработки планов и обоснования управленческих решений;
- б) Методами обоснования управленческих решений и организации их выполнения;
- в) Методами выявления резервов повышения эффективности деятельности предприятия.

Зав. кафедрой МТЛП



Абуталипова Л.Н.