АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг

по направлению подготовки: 29.03.01 «Технология изделий легкой промышленности»
по профилю «Технология и проектирование изделий индустрии моды»
Квалификация выпускника: БАКАЛАВР
Выпускающая кафедра: материалов и технологий легкой промышленности
Кафедра-разработчик рабочей программы: бизнес-статистики и 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.каф. МТЛП Л.Н. Абуталипова