

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 «Инновационные технологии кожевенно-меховых материалов»

Квалификация выпускника: БАКАЛАВР

Выпускающая кафедра: ПНТБМ

Кафедра-разработчик рабочей программы: бизнес-статистики и экономики

1. Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Основы экономической деятельности предприятий легкой промышленности, менеджмент и маркетинг» являются:

- а) изучение студентами теоретических основ и получение практических навыков управления предприятиями 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»

Сущность, цели и задачи менеджмента

Предприятие как объект управления и контроля. Внутренняя и внешняя среда предприятия

Коммуникации в управлении. Управление конфликтами и изменениями

Управление производственным персоналом на предприятиях легкой промышленности и организация оплаты труда работника

Основы маркетинга услуг предприятий легкой промышленности. Система маркетинговых исследований.

Маркетинговый подход к организации работы на предприятиях легкой промышленности

Управление маркетингом на предприятиях легкой промышленности. Стратегический маркетинг на предприятиях легкой промышленности и анализ в маркетинге.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

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 организации маркетинга, его связь с менеджментом роли и организацию хозяйствующих субъектов в рыночной экономике;

з) формы адаптации производства и сбыта в рыночной ситуации.

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.

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 ПНТБМ



Э.Ф. Вознесенский