

**АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
«Основы экономической деятельности предприятий, менеджмент и маркетинг»**

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
29.03.05 «Конструирование изделий лёгкой промышленности» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Дизайн и конструирование швейных изделий

Общий объем дисциплины – 4 з.е. (144 часов)

Форма промежуточной аттестации – Экзамен.

В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы компетенции с соответствующими индикаторами их достижения:

- ОПК-2.1: Определяет необходимые характеристики изделий легкой промышленности, соответствующие требованиям рынка;;
- ОПК-2.2: Анализирует изделия легкой промышленности по заданным критериям;;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Основы экономической деятельности предприятий, менеджмент и маркетинг» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 6.

1. Производственное предприятие, его место и роль в экономике страны. Сущность, роль и особенности условий работы предприятий лёгкой промышленности в рыночной экономике. Основные функции и цели деятельности предприятия. Факторы, влияющие на эффективное функционирование предприятий в условиях рынка. Факторы определяющие требования рынка к изделиям легкой промышленности.

Применяемые в России организационно-правовые формы хозяйственной деятельности, их особенности и различия.

2. Основные фонды предприятия легкой промышленности. Фонды легкой промышленности и их деление на производственные и непроизводственные, оборотные и основные.

Основные фонды: понятие, их классификация, структура. Методы оценки и учета основных фондов. Износ основных фондов и его возмещение. Амортизация основных фондов. Показатели и пути улучшения использования основных фондов при производстве изделий легкой промышленности. Нематериальные активы.

3. Оборотные средства предприятия легкой промышленности. Оборотные фонды и средства, их состав и структура. Источники формирования. Определение потребности в оборотных средствах. Пути и факторы улучшения использования оборотных средств при производстве изделий легкой промышленности. Показатели эффективности использования оборотных средств.

4. Трудовые ресурсы предприятия легкой промышленности. Кадры предприятия легкой промышленности: состав, структура и тенденции их изменения. Кадровая политика предприятия в условиях рыночной и цифровой экономики. Влияние эффективности работы персонала на характеристики изделий легкой промышленности. Производительность труда. Показатели и измерители производительности труда. Резервы и факторы повышения производительности труда. Формы и системы оплаты труда. Тарифная и бестарифная системы. Доплаты и надбавки к тарифной зарплате. Оплата труда руководителей, специалистов и служащих..

5. Себестоимость и цена продукции. Издержки предприятия лёгкой промышленности. Себестоимость продукции как экономическая категория и экономический показатель. Классификация затрат. Калькуляция себестоимости продукции лёгкой промышленности. Содержание сметы затрат на производство. Резервы и факторы снижения себестоимости продукции. Использование себестоимости для анализа и оценки изделий легкой промышленности. Ценообразование на предприятии лёгкой промышленности. Роль ценообразования и уровня цен в анализе изделий легкой промышленности и определения их соответствия требованиям рынка..

6. Эффективность деятельности предприятия. Экономическая сущность прибыли и рентабельности и их роль и функции в деятельности предприятия. Сравнение изделий легкой промышленности с учетом прибыли и рентабельности. Распределение прибыли фирмы. Показатели прибыли и рентабельности и факторы их роста.

7. Оценка эффективности инвестиций в легкой промышленности. Экономическая сущность и

классификация инвестиций. Структура инвестиций. Инвестиционная политика предприятия легкой промышленности. Оценка эффективности инвестиционных проектов по производству изделий легкой промышленности..

8. Управление предприятием легкой промышленности. Менеджмент как система знаний, необходимых для эффективного управления людьми.

Цели предприятия, методы постановки целей предприятия. Внутренняя и внешняя среда предприятия легкой промышленности и их влияние на определение соответствия изделий легкой промышленности требованиями рынка. Функции менеджмента: планирование, организация, контроль, мотивация..

9. Структура управления организацией. Виды структур организаций, их характеристики. Стили управления и их влияние на эффективность деятельности предприятия. Типы организационных структур предприятий, производящих изделия легкой промышленности.

Контроллинг, как управленческая концепция, которая охватывающая все сферы деятельности предприятия: финансы и учёт, менеджмент и маркетинг, для достижения оперативных и стратегических целей.

10. Мотивация персонала, как важный элемент эффективного управления предприятием, производящим изделие легкой промышленности. Основные понятия: мотив, стимул, мотивация и стимулирование. Основное отличие мотивации и стимулирования. Основные теории мотивации и их применение на практике. Современные подходы и методы мотивации персонала..

11. Принятие управленческих решений и коммуникации в организации.. Основные коммуникационные процессы в организации и их структура. Виды коммуникаций на предприятии. Процесс принятия управленческих решений на предприятии. Этапы процесса. Формулировка ограничений при принятии решений. Факторы, влияющие на выбор решений, в том числе при сравнении изделий легкой промышленности. Методы принятия управленческих решений..

12. Маркетинг – основа и методология предпринимательства. Процесс управления маркетинговой деятельностью предприятия.. Основные понятия. Эволюция концепции маркетинга. Функции маркетинга. Современные тренды маркетинга, в том числе в легкой промышленности. Среда маркетинга.

Организация маркетинговых служб предприятия. Типы организационных структур маркетинга на предприятиях. Проблемы создания служб маркетинга на российских предприятиях. Задачи и функции маркетинговых подразделений при определении рыночных параметров изделий легкой промышленности..

13. Маркетинговые исследования как ключевая функция маркетинга.. Маркетинговые исследования- понятие основные этапы и источники информации.

Типы маркетинговых исследований и их применимость для проведения сравнительной оценки изделий легкой промышленности. Основные методы маркетинговых исследований. Использование результатов маркетинговых исследований для определения характеристик изделий легкой промышленности, соответствующих требованиям рынка.

Сегментация рынка: понятие, условия эффективной сегментации, преимущества, цели, достигаемые с помощью сегментации, признаки и критерии. Целевой сегмент и критерии его оценки.

Емкость рынка. Факторы, влияющие на рыночный спрос. Виды маркетинга в зависимости от состояния спроса. Какой из видов маркетинга встречается чаще всего в легкой промышленности..

14. Комплекс маркетинга и его особенности для предприятий легкой промышленности.

Комплекс маркетинга и его эволюция, современные подходы к определению элементов маркетинга предприятий. Товарная политика и применение ее основных положений при проведении сравнительной оценки изделий легкой промышленности. Классификация товаров. Концепция жизненного цикла товара. Причины нововведений. Правила создания новых товаров.

Отношение предпринимателя к стареющим товарам.

Ценовая политика: Цели и стратегии ценообразования. Ценовая тактика (установление окончательной цены товара). Цена как одна из характеристик соответствия изделий легкой промышленности требованиям рынка.

Распределительная политика. Уровни каналов распределения и их структура. Факторы, от которых

они зависят. Виды посредников. Особенности сбытовой политики для предприятий легкой промышленности. Работа с торговыми посредниками.

Продвижение товаров и его цели. Виды продвижения. Виды стратегий продвижения.

Современные инструменты продвижения. Интегрированные маркетинговые коммуникации.

Планирование рекламных кампаний.

15. Эффективность маркетинга предприятия. Методы оценки эффективности маркетинга. Использование современных цифровых инструментов для определения эффективности элементов маркетинга на предприятии и сравнении изделий легкой промышленности..

Разработал:
заведующий кафедрой
кафедры ЭТиП

Е.Н. Болховитина

Проверил:
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева