

**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