

## АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины **ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ**

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<b>Цель изучения дисциплины</b>	приобретение студентами теоретических знаний и получение практических умений по вопросам производственной, организационно-хозяйственной и контрольно-технической деятельности торговых предприятий в области создания и продвижения товаров собственной торговой марки.
<b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. История возникновения товаров private label</li> <li>2. Преимущества создания СТМ</li> <li>3. Направления создания СТМ</li> <li>4. Контрактное производство как форма выпуска товаров СТМ</li> <li>5. Собственное производство как форма выпуска товаров СТМ</li> <li>6. Стратегии создания СТМ</li> <li>7. Планирование собственного производства и технологическая документация</li> <li>8. Основные технологии создания и оборудования собственного производства в торговом предприятии</li> <li>9. Организация работы овощного цеха</li> <li>10. Организация производства мясной (птице гольевой) и рыбной продукции</li> <li>11. Организация доработки полуфабрикатов</li> <li>12. Организация работы горячего цеха</li> <li>13. Организация работы холодного цеха</li> <li>14. Организация производства кулинарии, мучные и кондитерские изделия</li> <li>15. Вспомогательные производственные помещения</li> <li>16. Пути улучшения качества выпускаемой продукции СТМ</li> <li>17. Формирование основных атрибутов СТМ</li> <li>18. Продвижение СТМ</li> </ol>
<b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b>	<p>ОК-2 «способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах»</p> <p>ПК-9 «готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации»</p> <p>ПК-13 «готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»</p>
<b>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины</b>	<p>Экономика организации</p> <p>Коммерческая деятельность</p> <p>Организация, технология и проектирование предприятий торговли</p>
<b>Знания, умения, навыки, получаемые в</b>	<p><b>Знать:</b></p> <p>- основные понятия в области создания СТМ: виды СТМ, принципы создания, этапы разработки, подходы к производству</p>

<b>дисциплины:</b>	<p>производства СТМ (ОК-2)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-методы оценки стоимости СТМ (ОК-2)</li> <li>-виды, принципы, методы и способы организации контрактного и собственного производства (ПК-9)</li> <li>- основные понятия, формы и виды товаров, реализуемых торговыми предприятиями под собственной торговой маркой (ПК-9)</li> <li>-основные стратегии развития выпуска товаров под собственной торговой маркой (ПК-9)</li> <li>-этапы организации собственного производства в торговой сети (ПК-13)</li> <li>- структуру производства, производственный и технологический процессы, оперативное планирование работы производства (ПК-13)</li> <li>- организацию процессов производства продукции и работы основных производственных цехов (ПК-13)</li> </ul> <p><b>Уметь:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-провести анализ целесообразности инвестирования в СТМ</li> <li>-рассчитать стоимость СТМ (ОК-2)</li> <li>-формулировать наиболее важные проблемы, стоящие перед организацией по совершенствованию выпуска продукции СТМ (ПК-9)</li> <li>-формировании направлений стратегического развития СТМ (ПК-9)</li> <li>-осуществлять планирование собственного производства и формировать необходимую технологическую документацию (ПК-13)</li> <li>-правильно расставлять оборудование в цехах и организовывать рабочие места (ПК-13)</li> <li>-организовывать работу в различных производственных цехах (ПК-13)</li> </ul> <p><b>Владеть:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-навыками оценки эффективности организации собственного производства (ОК-2)</li> <li>-навыками выбора товаров для реализации под собственной торговой маркой (ПК-9)</li> <li>-навыками формирования товарной, сбытовой, коммуникационной и ценовой стратегии в области СТМ (ПК-9)</li> <li>-навыками распределения площади для организации собственного производства в торговом предприятии (ПК-13)</li> <li>- навыками продвижения продукции собственного производства в торговом предприятии (ПК-13)</li> </ul>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради
<b>Формы текущего контроля:</b>	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль, курсовая работа
<b>Форма промежуточного контроля:</b>	Экзамен

Составитель



К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ



О. Б. Ярьес

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06.

О. П. Полоцкая