

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины ОРГАНИЗАЦИЯ СОБСТВЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТОРГОВЛИ

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 - «Торговое дело»
Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

Цель изучения дисциплины	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.
Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)	1. История возникновения товаров private label и актуальность их производства 2. Технология и алгоритм работы с СТМ: до производственный период 3. Контрактное производство как форма выпуска товаров СТМ 4. Собственное производство как форма выпуска товаров СТМ 5. Планирование собственного производства и технологическая документация 6. Основные технологии создания и оборудования собственного производства в торговом предприятии. 7. Организация производства кулинарии 8. Организация производства мясной и рыбной продукции 9. Организация производства кондитерской продукции и выпечки 10. Технология и алгоритм работы с СТМ: после производственный период
Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины	ОК-2 «способность использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах» ПК-9 «готовность анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации» ПК-13 «готовность участвовать в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной)»
Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины	Экономика организации Коммерческая деятельность Организация, технология и проектирование предприятий торговли Торговое дело
Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:	Знать: - основные понятия в области создания СТМ: виды СТМ, принципы создания, этапы разработки, подходы к производству - систему показателей, характеризующих эффективность организации производства СТМ (ОК-2) - методы оценки стоимости СТМ (ОК-2) - виды, принципы, методы и способы организации контрактного и собственного производства (ПК-9) - основные понятия, формы и виды товаров, реализуемых торговыми

<p>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные понятия в области создания СТМ: виды СТМ, принципы создания, этапы разработки, подходы к производству; - систему показателей, характеризующих эффективность организации производства СТМ (ОК-2); - методы оценки стоимости СТМ (ОК-2); - виды, принципы, методы и способы организации контрактного и собственного производства (ПК-9); - основные понятия, формы и виды товаров, реализуемых торговыми предприятиями под собственной торговой маркой (ПК-9); - основные стратегии развития выпуска товаров под собственной торговой маркой (ПК-9); - этапы организации собственного производства в торговой сети (ПК-13); - структуру производства, производственный и технологический процессы, оперативное планирование работы производства (ПК-13); - организацию процессов производства продукции и работы основных производственных цехов (ПК-13). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - провести анализ целесообразности инвестирования в СТМ - рассчитать стоимость СТМ (ОК-2); - формулировать наиболее важные проблемы, стоящие перед организацией по совершенствованию выпуска продукции СТМ (ПК-9); - формировании направлений стратегического развития СТМ (ПК-9); - осуществлять планирование собственного производства и формировать необходимую технологическую документацию (ПК-13); - правильно расставлять оборудование в цехах и организовывать рабочие места (ПК-13); - организовывать работу в различных производственных цехах (ПК-13). <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками оценки эффективности организации собственного производства (ОК-2); - навыками выбора товаров для реализации под собственной торговой маркой (ПК-9); - навыками формирования товарной, сбытовой, коммуникационной и ценовой стратегии в области СТМ (ПК-9); - навыками распределения площади для организации собственного производства в торговом предприятии (ПК-13); - навыками продвижения продукции собственного производства в торговом предприятии (ПК-13).
<p>Используемые инструментальные и программные средства:</p>	<p>презентации (Power Point), электронные учебные материалы в Интернет, электронные рассылки по E-mail, рабочие тетради.</p>

Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, доклады, кейсы), рейтинг-контроль
Форма промежуточного контроля:	Экзамен

Составитель

К.А. Нефедова

Заведующий кафедрой КиГ



О. Б. Ярься

Председатель учебно-методической комиссии
направления 38.03.06.

О. П. Полоцкая