

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Ценообразование на предприятиях малого бизнеса»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки
38.03.02 «Менеджмент» (уровень бакалавриата)

Направленность (профиль): Управление малым бизнесом

Общий объем дисциплины – 3 з.е. (108 часов)

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

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

- ПК-11.3: Применять методики управления затратами на основе данных управленческого учета;
- ПК-11.5: Применять мероприятия по финансовому оздоровлению предприятия;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Ценообразование на предприятиях малого бизнеса» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очная. Семестр 6.

1. Сущность ценообразования и его роль в финансовом и управленческом учете. Цена и ценообразование как инструмент экономики. Ценообразование как инструмент финансового оздоровления предприятия. Использование основ экономических знаний в ценообразовании. Роль цены в условиях рынка. Основные условия рыночного ценообразования..

2. Система цен и их классификация. Методы принятия решений о методе ценообразования в управлении производственной деятельностью организации. Принципы дифференциации цен. Виды цен. Структура цены. Классификация цен с учетом воздействия макроэкономической среды на функционирование организаций..

3. Методы управленческого учета для управления затратами как часть системы ценообразования на предприятии. Методы принятия решений при управлении затратами. Методики управления и учета затрат и калькулирования себестоимости. Методики управления затратами: калькуляция затрат по переменным издержкам директ-костинг (direct costing) или маржинальный подход (variable costing) и калькуляция затрат по полным издержкам абсорпшн-костинг (absorption costing). Нормативная калькуляция затрат и анализ отклонений.

4. Методология ценообразования при принятии управленческих решений. Принципы ценообразования. Ценообразование на различных типах рынков. Ценообразующие факторы макроэкономической среды и их влияние на функционирование организаций. Анализ цен и товаров конкурентов. Этапы ценообразования. Анализ рыночных и специфических рисков при ценообразовании..

5. Стратегия ценообразования в управлении капиталом и затратами на предприятии. Стратегия ценообразования как элемент финансового оздоровления предприятия. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Базовые стратегии ценообразования и последствия их реализации..

6. Методы ценообразования. Выбор метода ценообразования в зависимости от типа рынка и конкурентной среды отрасли. Установление окончательной цены на товар. Затратные методы ценообразования на основе данных управленческого учета. Ценообразование с ориентацией на рынок. Нормативно-параметрические методы ценообразования..

7. Тактика ценообразования.. Воздействие издержек и управления затратами на изменение цены. Рыночная корректировка цены: надбавки и скидки. Взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетинговой политики фирмы. Координация ценообразования и ассортиментной политики фирмы. Ценообразование и финансовое оздоровление предприятия: стимулирование и организация продаж..

8. Государственное регулирование цен. Цель и задачи государственного регулирования цен. Цена и ценообразование в Гражданском кодексе РФ. Принципы определения цены для целей налогообложения. Формы и методы воздействия государства на цены. Регулирование цен в зарубежных странах..

Разработал:
доцент
кафедры М

Е.С. Пермякова

Проверил:
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева