

АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Ценообразование»

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

Направленность (профиль): Производственный менеджмент

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

Форма промежуточной аттестации – Зачет.

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

- ПК-6.2: Разрабатывает товарную, ценовую и сбытовую политику предприятия;

Содержание дисциплины:

Дисциплина «Ценообразование» включает в себя следующие разделы:

Форма обучения очно - заочная. Семестр 5.

1. Сущность цены в современной экономике.. Концепции цены. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь. Ценность товара как фактор формирования цены. Экономические функции цены..

2. Ценообразующие факторы.. Взаимодействие цены и спроса. Взаимосвязь цены и предложения. Основные факторы, оказывающие воздействие на цены..

3. Система цен и их классификация. Принципы дифференциации цен. Виды цен. Структура цены.

Система цен и признаки, лежащие в ее основе..

4. Методология ценообразования. Цели и задачи ценообразования. . Этапы ценообразования. Анализ рынка при принятии ценовых решений. Затратный и ценностный подходы к ценообразованию..

5. Методы ценообразования. Классификация методов ценообразования. Затратные методы ценообразования. Ценообразование с ориентацией на спрос. Ценообразование с ориентацией на конкуренцию (закрытые торги). Ценообразование с учетом психологических факторов..

6. Обоснование ценовой стратегии фирмы. Ценовая стратегия фирмы как элемент ее маркетингового плана. Этапы разработки ценовой стратегии.

Выбор типа ценовой стратегии. Базовые стратегии ценообразования и последствия их реализации..

7. Ценовая тактика. Рыночная корректировка цены: надбавки и скидки. Воздействие издержек и спроса на изменение цены.

Взаимосвязь ценообразования с другими элементами маркетинговой политики фирмы. Координация ценообразования и ассортиментной политики фирмы. Ценообразование и стимулирование продаж. Ценообразование и эффективные каналы сбыта продукции..

8. Ценовая политика предприятия. Понятие ценовой политики предприятия. Алгоритм разработки ценовой политики предприятия..

9. Государственное регулирование цен. Цель и задачи государственного регулирования цен. Нормативно- правовая документация, регламентирующую сферу ценообразования. Формы и методы воздействия государства на цены..

10. Ценообразование и жизненный цикл товара. Концепция жизненного цикла товара и ее значение для ценообразования. Условия принятия ценовых решений при выводе на рынок новых товаров. Ценовые стратегии фирм, продающих товары на растущих рынках. Управление ценами в фазе зрелости товара. Формирование цен в фазе сжатия рынка..

11. Особенности ценообразования в отдельных отраслях экономики. Особенности рынка продукции производственно-технического назначения.

Методы ценообразования для производственно-технической продукции.

Формирование цен на производственно-техническую продукцию в рамках торгов..

Разработал:

доцент

кафедры ЭиПМ

Т.Ю. Белова

Проверил:
Директор ИЭиУ

И.Н. Сычева