

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Баламирзоев Назим Лиодинович
Должность: Врио ректора
Дата подписания: 03.06.2022 13:18:28
Уникальный программный ключ:
777029a1882856141bfb9e855f0a3c8b6edae59e

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Дагестанский государственный технический университет»

РЕКОМЕНДОВАНО К
УТВЕРЖДЕНИЮ
Директор филиала ДГТУ в
г. Дербенте И.М. Мейланов
ИИФ
Подпись
20.08. 2018г.

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Н.С. Суракатов
ИИФ
Подпись
24.09. 2018г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине: Б1.В.ДВ.15.02 – Ценообразование

наименование дисциплины по ООП и код по ФГОС

для направления (специальности) 38.03.01 – Экономика

по профилю 38.03.01 – Экономика предприятий и организаций

шифр и полное наименование направления (специальности)

Факультет: Филиал в г. Дербент

наименование факультета, где ведется дисциплина

Квалификация выпускника (степень) бакалавр

бакалавр

Форма обучения очная/заочная, курс 3/4 семестр(ы) 5/7
очная, заочная, др.

Всего трудоемкость в зачетных единицах (часах) 2 ЗЕТ (72 ч)

лекции 17/4 (час) экзамен -

практические (семинарские) занятия 17/4 (час); зачет 5/7
семестр

лабораторные занятия (час); самостоятельная работа 38/60 (час);
курсовой проект (работа РГР) - (семестр).

Зав. кафедрой ЕГО и СД
подпись

Г.М. Гусейнова

Начальник УО

Э.В. Магомаева

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению 38.03.01 «Экономика» и по профилю «Экономика предприятий и организаций».

Программа одобрена на заседании выпускающей кафедры от 06.09.2018 года, протокол № 1.

Зав. выпускающей кафедрой по данному профилю


подпись

Г.М. Гусейнова
И.О.Ф

ОДОБРЕНО
Методическим советом филиала
38.00.00
шифр и полное наименование

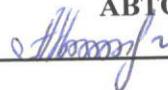
Экономика
направления

Председатель к.ф.н., Г.М.Гусейнова

подпись, ИОФ

12.09. 2018г.

АВТОР ПРОГРАММЫ



Абдурахманова Н.Н.

подпись, ИОФ

ст. преподаватель

ФИО, уч. степень, ученое звание, подпись

1.Цели освоения дисциплины

Целью курса «Ценообразование» является формирование у студентов понимания механизма формирования ценовой политики фирмы с учетом специфики отрасли и целевого рынка.

2.Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

«Ценообразование» является дисциплиной по выбору учебного плана подготовки бака-лавров по направлению 38.03.01-Экономика.

3.Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (модуля) «Ценообразование»

В результате освоения дисциплины «Ценообразование» обучающийся должен обладать следующие компетенциями:

- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности (ОК- 3);
- способность к самоорганизации и самообразованию (ОК-7);
- способность на основе описания экономических процессов и явлений строить стандартные теоретические и эконометрические модели, анализировать и содержательно интерпретировать полученные результаты(ПК-4);
- способность, используя отечественные и зарубежные источники информации, собирать необходимые данные, анализировать их и готовить информационный обзор и/или аналитический отчет (ПК-7).

В результате изучения дисциплины (модуля) «Методы исследований организаций и организационное консультирование» студенты должны:

Знать:

- сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены;
- систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования;
- методы государственного регулирования цен в России и за рубежом;
- сущность и цели ценовой политики предприятия;
- особенности ценообразования в зависимости от структуры рынка;
- методы ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, в частности, минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов;
- методику формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Уметь:

- определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка;
- принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства;
- выбирать и практически применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных условиях;
- определять экспортную цену с учетом базисных условий поставки; рассчитывать таможенную стоимость товара.

Владеть:

- специальной терминологией настоящей учебной дисциплины;
- математическим аппаратом, необходимым расчета цен различными способами;
- инструментарием статистики цен.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля)

«Ценообразование»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 23ЕТ– 72час, в том числе – лекционные 17 часов, лабораторные – 4 часа, СРС 38 часов, форма отчетности:5 семестр –зачет

4.1 Содержание дисциплины

№	Тема	Семестр	Недели семестра	Виды учебной работы и самостоятельная работа, в час.			Формы текущего * контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Семинарские (практические) занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7	
1.	Основные понятия ценообразования Эластичность спроса и ценообразование	4	1-2	2	2	4	Входной контроль
2.	Цена и покупательское поведение Государственное регулирование цен	4	3-4	2	2	4	
3.	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	4	5-6	2	2	4	
4.	Методы затратного ценообразования	4	7-8	2	2	4	Контрольная работа 1
5.	Методы ценностного ценообразования	4	9-10	2	2	4	
6.	Конкурентный метод ценообразования	4	11-12	2	2	4	Контрольная работа 2
7.	Инновационные аспекты ценообразования	4	13-14	2	2	4	
8.	Стратегия ценообразования	4	15-16	2	2	4	Контрольная работа 3
9.	Специфика ценообразования на промышленных рынках	4	17	1	1	6	
	Форма контроля			Зачет			
	Всего за семестр (часов)	4		17	17	38	
	Итого за учебный год (часов)	4		17	17	38	

4.2 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	2	3	4	5

1	Лк.1	<p>Сущность и функции цен. Сущность базовых подходов к определению цены. Функции цен. Учетно-измерительная функция. Функция балансовой увязки спроса и предложения. Закон спроса и предложения. Стимулирующая функция цен. Использование стимулирующей функции в ценовой политике государства, региона, фирмы. Распределительная функция цен. Механизмы перераспределения вновь созданной стоимости. Функция перелива капитала. Объективный характер функций цен. Классификации цен. Участники экономической деятельности, устанавливающие цены. Место цены в системе маркетинга.</p> <p>Понятие эластичности. Значение коэффициентов эластичности в исследовании рынка. Эластичность спроса по цене основа оценки реакции покупателей на изменения цен. Классификация товаров по степени эластичности спроса. Расчет коэффициентов эластичности: общих, дуговых, точечных. Факторы, влияющие на эластичность спроса по цене. Перекрестная эластичность спроса. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары. Эластичность спроса по доходам. Кривые Энгеля. Уравнения Торнквиста.</p>	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
2	Лк.2	<p>Сбор первичной информации о поведении покупателей при изменении цен. Классификация методов сбора информации. Факторы, определяющие выбор методов. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках. Анализ агрегированных данных предприятий о производстве и реализации продукции. Исследование поведения отдельных категорий покупателей по данным о фактических покупках.</p> <p>Активный и пассивный эксперимент в торговых залах. Эксперименты в лабораториях. Обработка и интерпретация полученных результатов. Методы, основанные на выявлении предпочтений и намерений покупателей. Непосредственное анкетирование: возможность и целесообразность применения, способы построения анкетных вопросов. Определение готовности покупателей совершить покупку. Декомпозиционный анализ. Метод парных сравнений. Психологические аспекты ценообразования. Сигнальная функция цены. Магические цены.</p> <p>Цели и методы государственного регулирования цен. Прямое регулирование цен, его методы, организация. Роль государственного регулирования цен в решении задач стабилизации экономики, ее</p>	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы

		стимулирования и социальной защиты населения. Регулирование цен продукции производственно-технического назначения, товаров и услуг на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации. Фиксированные и предельные цены. Установление предельного уровня рентабельности, предельного размера снабженческо-сбытовых и торговых надбавок. Установление цен «потолка» и цен «пола». Сферы их использования. Возможные последствия. Механизм косвенного регулирования цен. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Опыт государственного регулирования цен за рубежом		
3	Лк.3	Классификация затрат для целей ценообразования. Изменение факторов производства в долгосрочном и краткосрочном периодах. Затраты переменные, постоянные, полупостоянные. Понятие возвратных и невозвратных затрат, частично возвратные затраты. Экономическая модель безубыточности. Бухгалтерская модель безубыточности. Допущения, принятые при анализе бухгалтерской модели безубыточности. Математический анализ и задачи, решаемые на основе бухгалтерской модели. Расчет точки безубыточности. Расчет масштабов продаж, необходимых для достижения целевой прибыли. Расчет и экономическая интерпретация запаса финансовой прочности	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
4	Лк.4	Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и ценностного ценообразования. Сущность затратного ценообразования, достоинства и недостатки. Сравнительный анализ различных методов калькулирования себестоимости продукции. Калькулирование себестоимости по полным издержкам. Способы распределения постоянных издержек. Методы калькулирования по сокращенным издержкам и формирование портфеля заказов. Нижняя граница цены. Определение цены методом целевой прибыли.	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
5	Лк.5	Понятие экономической ценности товара. Условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара. Эволюция методов параметрического ценообразования. Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара.	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы

		Балловые методы ценообразования. Экспертные методы ценообразования. Формирование экспертной группы. Метод парных сравнений как основа оценки предпочтений покупателей. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов в ценностном ценообразовании: расчет коэффициента конкордации		
6	Лк.6	Сущность конкурентного метода ценообразования. Достоинства и недостатки. Конкурентное ценообразование на олигополистических рынках. Конкурентное ценообразование на соревновательных рынках.	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
7	Лк.7	Влияние потребителя на цену. Постоянная цена на весь ассортимент: преимущества, недостатки и условия применения. Изменение базиса ценообразования. Оценка полной стоимости владения. Специфика ценообразования в электронной коммерции.	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
8	Лк.8	Последовательность процедур по выбору стратегии ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Препятствия в использовании стратегий конкурентного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования. Основной и вторичный рынок. Способы дифференциации. Условия успешного применения стратегий дифференцированного ценообразования.	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
9	Лк.9	Факторы, обуславливающие специфику ценообразования на промышленных рынках. Конкурентные закупки. Закупочные цены. Твердые и скользящие цены. Правила ИНКОТЕРМС	1	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
		ИТОГО	17	

4.3 Самостоятельная работа студентов

1. Сигнальная функция цены и принципы ее использования в маркетинге
2. Место цены в комплексе маркетинга
3. Связь цены с конкурентным преимуществом
4. Цели и задачи государственного регулирования цен
5. Инструменты косвенного государственного регулирования цен
6. Достоинства и недостатки метода скользящей цены
7. Инновационные модели ценообразования
8. Дифференциация цен в рамках программ лояльности
9. Эволюция правил ИНКОТЕРМС

**Структура и содержание дисциплины (модуля)
«Ценообразование» для заочной формы обучения**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2мЗЕТ– 72час, в том числе – лекционные 4 часа, лабораторные – 4 часа, СРС 60 часов, форма отчетности: 4 курс –зачет

4.4 Содержание дисциплины

№	Тема	Курс	Виды учебной работы и самостоятельная работа, в час.			Формы текущего * контроля успеваемости (по срокам текущих аттестаций в семестре) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Лекции	Семинарские (практические) занятия	Самостоятельная работа	
1	2	3	4	5	6	7
1.	Основные понятия ценообразования Эластичность спроса и ценообразование	4	2	2	6	
2.	Цена и покупательское поведение Государственное регулирование цен	4	2	2	8	
3.	Анализ безубыточности решений в ценообразовании	4			8	
4.	Методы затратного ценообразования	4			6	
5.	Методы ценностного ценообразования	4			5	
6.	Конкурентный метод ценообразования	4			7	
7.	Инновационные аспекты ценообразования	4			8	
8.	Стратегия ценообразования	4			6	
9.	Специфика ценообразования на промышленных рынках	4			6	
	Форма контроля		зачет			
	Итого за учебный год (часов)	4	4	4	60	

4.5 Содержание практических занятий

№ п/п	№ лекции из рабочей программы	Наименование лабораторного (практического, семинарского) занятия	Количество часов	Рекомендуемая литература и методические разработки (№ источника из списка литературы)
1	2	3	4	5
1	Лк.1	Сущность и функции цен. Сущность базовых подходов к определению цены. Функции цен.	2	Основная литература и дополнительная

		<p>Учетно-измерительная функция. Функция балансовой увязки спроса и предложения. Закон спроса и предложения. Стимулирующая функция цен. Использование стимулирующей функции в ценовой политике государства, региона, фирмы. Распределительная функция цен. Механизмы перераспределения вновь созданной стоимости. Функция перелива капитала. Объективный характер функций цен. Классификации цен. Участники экономической деятельности, устанавливающие цены. Место цены в системе маркетинга.</p> <p>Понятие эластичности. Значение коэффициентов эластичности в исследовании рынка. Эластичность спроса по цене основа оценки реакции покупателей на изменения цен. Классификация товаров по степени эластичности спроса. Расчет коэффициентов эластичности: общих, дуговых, точечных. Факторы, влияющие на эластичность спроса по цене. Перекрестная эластичность спроса. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары. Эластичность спроса по доходам. Кривые Энгеля. Уравнения Торнквиста.</p>		литература, интернет ресурсы
2	Лк.2	<p>Сбор первичной информации о поведении покупателей при изменении цен. Классификация методов сбора информации. Факторы, определяющие выбор методов. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках. Анализ агрегированных данных предприятий о производстве и реализации продукции. Исследование поведения отдельных категорий покупателей по данным о фактических покупках. Активный и пассивный эксперимент в торговых залах. Эксперименты в лабораториях. Обработка и интерпретация полученных результатов. Методы, основанные на выявлении предпочтений и намерений покупателей. Непосредственное анкетирование: возможность и целесообразность применения, способы построения анкетных вопросов. Определение готовности покупателей совершить покупку. Декомпозиционный анализ. Метод парных сравнений. Психологические аспекты ценообразования. Сигнальная функция цены. Магические цены.</p> <p>Цели и методы государственного регулирования цен. Прямое регулирование цен, его методы, организация. Роль государственного регулирования цен в решении задач стабилизации экономики, ее стимулирования и социальной защиты населения. Регулирование цен продукции</p>	2	Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы

		<p>производственно-технического назначения, товаров и услуг на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации. Фиксированные и предельные цены. Установление предельного уровня рентабельности, предельного размера снабженческо-сбытовых и торговых надбавок. Установление цен «потолка» и цен «пола». Сферы их использования. Возможные последствия. Механизм косвенного регулирования цен. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Опыт государственного регулирования цен за рубежом</p>		
3	Лк.3	<p>Классификация затрат для целей ценообразования. Изменение факторов производства в долгосрочном и краткосрочном периодах. Затраты переменные, постоянные, полупостоянные. Понятие возвратных и невозвратных затрат, частично возвратные затраты. Экономическая модель безубыточности. Бухгалтерская модель безубыточности. Допущения, принятые при анализе бухгалтерской модели безубыточности. Математический анализ и задачи, решаемые на основе бухгалтерской модели. Расчет точки безубыточности. Расчет масштабов продаж, необходимых для достижения целевой прибыли. Расчет и экономическая интерпретация запаса финансовой прочности</p>		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
4	Лк.4	<p>Характеристика альтернативных подходов к ценообразованию: противоречия затратного и ценностного ценообразования. Сущность затратного ценообразования, достоинства и недостатки. Сравнительный анализ различных методов калькулирования себестоимости продукции. Калькулирование себестоимости по полным издержкам. Способы распределения постоянных издержек. Методы калькулирования по сокращенным издержкам и формирование портфеля заказов. Нижняя граница цены. Определение цены методом целевой прибыли.</p>		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
5	Лк.5	<p>Понятие экономической ценности товара. Условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара. Эволюция методов параметрического ценообразования. Удельное ценообразование: параметрический ряд, удельная цена, расчет удельных цен. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Балловые методы ценообразования. Экспертные методы ценообразования.</p>		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы

		Формирование экспертной группы. Метод парных сравнений как основа оценки предпочтений покупателей. Метод ранговой корреляции. Оценка согласованности мнений экспертов в ценностном ценообразовании: расчет коэффициента конкордации		
6	Лк.6	Сущность конкурентного метода ценообразования. Достоинства и недостатки. Конкурентное ценообразование на олигополистических рынках. Конкурентное ценообразование на соревновательных рынках.		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
7	Лк.7	Влияние потребителя на цену. Постоянная цена на весь ассортимент: преимущества, недостатки и условия применения. Изменение базиса ценообразования. Оценка полной стоимости владения. Специфика ценообразования в электронной коммерции.		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
8	Лк.8	Последовательность процедур по выбору стратегии ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования: стратегия ценового прорыва, стратегия премиального ценообразования, стратегия нейтрального ценообразования. Факторы, обеспечивающие успешное применение стратегий конкурентного ценообразования. Препятствия в использовании стратегий конкурентного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования. Основной и вторичный рынок. Способы дифференциации. Условия успешного применения стратегий дифференцированного ценообразования.		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
9	Лк.9	Факторы, обуславливающие специфику ценообразования на промышленных рынках. Конкурентные закупки. Закупочные цены. Твердые и скользящие цены. Правила ИНКОТЕРМС		Основная литература и дополнительная литература, интернет ресурсы
		ИТОГО	4	

4.6 Самостоятельная работа студентов

Общий объем часов – 60

1. Сигнальная функция цены и принципы ее использования в маркетинге
2. Место цены в комплексе маркетинга
3. Связь цены с конкурентным преимуществом
4. Цели и задачи государственного регулирования цен
5. Инструменты косвенного государственного регулирования цен
6. Достоинства и недостатки метода скользящей цены
7. Инновационные модели ценообразования
8. Дифференциация цен в рамках программ лояльности
9. Эволюция правил ИНКОТЕРМС

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При изучении дисциплины предусматривается использование в учебном процессе активных интерактивных форм проведения занятий в объеме 20% от аудиторной нагрузки.

Теоретическая часть курса реализуется в основном на лекциях и в ходе самостоятельной работы студентов, а практическая часть – на практических занятиях формы, проведения которых могут быть весьма разнообразны: наряду с традиционными занятиями проводятся деловые игры, разрабатываются исследовательские проекты, проводится работа в команде, используются методы проблемного обучения, ведется опережающая самостоятельная работа. В процессе изучения дисциплины используются как традиционные, так и инновационные технологии, активные и интерактивные методы и формы обучения: практические занятия, проектный метод, поисковый метод исследовательский метод, мозговой штурм, разбор конкретных ситуаций, творческие задания для самостоятельной работы, информационные технологии.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Вопросы для входной контрольной работы

1. Основные теоретические концепции цены
2. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Виды и функции цен.
3. Состав и структура цены.
4. Государственное регулирование цен.
5. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен.
6. Инфляция и методы ее измерения в России.
7. Формы и методы воздействия государства на цены.
8. Регулирование цен в зарубежных странах.
9. Ценообразование в условиях совершенной конкуренции.

Контрольная работа №1

1. Сущность цены и ее функции в экономике.
2. Цели и методы государственного регулирования цен в рыночной экономике.
3. Способы прямого государственного регулирования цен в рыночной экономике.
4. Виды классификации цен.
5. Факторы ценообразования.
6. Этапы процесса ценообразования.
7. Психологические аспекты ценообразования.
8. Эластичность спроса по цене. Расчет дуговых коэффициентов эластичности.
9. Виды товаров по ценовой эластичности спроса. Учет ценовой эластичности спроса при принятии ценовых решений.

Контрольная работа №2

1. Эластичность спроса по доходам
2. Перекрестная эластичность спроса. Признаки взаимозаменяемости товаров.
3. Функциональные зависимости в ценообразовании.
4. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о фактических покупках.
5. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о предпочтениях и намерениях покупателей
6. Бухгалтерская модель безубыточности. Расчет точки безубыточности.
7. Ценообразование на разных стадиях жизненного цикла товара.
8. Место цены в системе маркетинга.

Контрольная работа №3

1. Модели ценообразования.
2. Стратегии конкурентного ценообразования.
3. Стратегия дифференцированного ценообразования. Оценка условий применения.
4. Географические стратегии ценообразования.
5. Затратные методы ценообразования. Сущность, достоинства, недостатки, условия применения.

6. Нижняя граница цены.
7. Ценностный подход к ценообразованию. Сущность, последовательность расчетов.
8. Инновационные модели ценообразования, их преимущества и недостатки.
9. Ценообразование на банковские продукты.
10. Специфика ценообразования в электронной коммерции.

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

1. Сущность цены и ее функции в экономике.
2. Цели и методы государственного регулирования цен в рыночной экономике.
3. Способы прямого государственного регулирования цен в рыночной экономике.
4. Виды классификации цен.
5. Факторы ценообразования.
6. Этапы процесса ценообразования.
7. Психологические аспекты ценообразования.
8. Эластичность спроса по цене. Расчет дуговых коэффициентов эластичности.
9. Виды товаров по ценовой эластичности спроса. Учет ценовой эластичности спроса при принятии ценовых решений.
10. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
11. Эластичность спроса по доходам
12. Перекрестная эластичность спроса. Признаки взаимозаменяемости товаров.
13. Функциональные зависимости в ценообразовании.
14. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о фактических покупках.
15. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о предпочтениях и намерениях покупателей
16. Бухгалтерская модель безубыточности. Расчет точки безубыточности.
17. Ценообразование на разных стадиях жизненного цикла товара.
18. Место цены в системе маркетинга.
19. Сущность стратегии ценообразования. Содержание работ по определению стратегии ценообразования.
20. Модели ценообразования.
21. Стратегии конкурентного ценообразования.
22. Стратегия дифференцированного ценообразования. Оценка условий применения.
23. Географические стратегии ценообразования.
24. Затратные методы ценообразования. Сущность, достоинства, недостатки, условия применения.
25. Нижняя граница цены.
26. Ценностный подход к ценообразованию. Сущность, последовательность расчетов.
27. Инновационные модели ценообразования, их преимущества и недостатки.
28. Ценообразование на банковские продукты.
29. Специфика ценообразования в электронной коммерции.
30. Специфика ценообразования в сфере b2b.
31. Ценообразование на конкурсные проекты. Виды торгов.
32. Параметрические методы ценообразования
33. Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок.
34. Скидки за объем. Виды, условия применения, способы расчета. Экономическое обоснование заявки на участие в торгах.
35. Ценообразование в международной торговле.
36. Правила ИНКОТЕРМС

Вопросы для проверки остаточных знаний

1. Понятие контрактной цены и способы ее фиксации. Таможенные платежи.
2. Определение таможенной стоимости ввозимых товаров. Определение таможенной стоимости вывозимых товаров.
3. Формирование цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.
4. Ассортиментная политика предприятия и ценообразование.
5. Пакетное ценообразование. Ценообразование с учетом фактора времени.
6. Ценообразование и электронная торговля.
7. Ценообразование и оценка бизнеса.

8. Методы расчета средних цен.
9. Способы выравнивания рядов средних цен.
10. Индексы сезонности.
11. Индекс потребительских цен и дефлятор валового внутреннего продукта.
12. Разработка структур цен

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Горина Г. А. Ценообразование [Электронный учебник] : Учебное пособие / Горина Г. А., 2012, ЮНИТИ-ДАНА. - 127 с. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/15497>
2. Магомедов М. Д. Ценообразование [Электронный учебник] : Учебник / Магомедов М. Д., 2012, Дашков и К. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/4556>
3. Шуляк П. Н. Ценообразование [Электронный учебник] : Учебное пособие / Шуляк П. Н., 2012, Дашков и К. - 196 с. Режим доступа: <http://iprbookshop.ru/11006>

Литература дополнительная:

4. Ценообразование : учеб.-метод. комплекс / сост. Д. А. Шулаков, 2010, Изд-во СЗТУ. - 94 с.

Ресурсы Internet

(WWW(англ. WorldWideWeb – Всемирная Паутина) – технология работы в сети с гипертекстами;

FTP (англ. FileTransferProtocol – протокол передачи файлов) – технология передачи по сети файлов произвольного формата;

IRC (англ. InternetRelayChat – поочередный разговор в сети, чат) – технология ведения переговоров в реальном масштабе времени, дающая возможность разговаривать с другими людьми по сети в режиме прямого диалога;

ICQ (англ. I seekyou – я ищу тебя, можно записать тремя указанными буквами) – технология ведения переговоров один на один в синхронном режиме.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для изучения дисциплины используется следующее материально-техническое обеспечение:

- библиотечный фонд (учебная, учебно-методическая, справочная математическая и экономическая литература, экономическая научная и деловая периодика);
- компьютеризированные рабочие места для обучаемых с доступом в Интернет;
- аудитории, оборудованные проекционной техникой.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО с учетом рекомендаций примерной ООП ВО по направлению «Экономика» и профилю подготовки «Экономика предприятий и организаций».

Рецензент _____ от выпускающей кафедры (работодателя) по направлению

подпись

С.Ф. Исмаилова
И.О.Ф