

Б1.В.ДВ. 7.2 «Ценообразование»

Цели дисциплины: усвоение ценовой политики, экономически обоснованной методики установления цен с целью принятия компетентных решений в области ценообразования на микроуровне, с учетом конкретных ситуаций на товарных рынках, последовательной их реализации для эффективного функционирования коммерческих организаций в рыночных условиях.

Задачи дисциплины:

- усвоение роли цены в современном хозяйственном механизме;
- изучение основ и методологии рыночного ценообразования;
- приобретение и углубление знаний по актуальным проблемам ценообразования в современных рыночных условиях экономики России;
- изучение системы цен;
- формирование представления о современных методологических и практических подходах к ценообразованию;
- формирование целостного представления о механизмах ценообразования;
- усвоение порядка формирования свободных цен, в том числе особенностей ценообразования на импортные товары;
- рассмотрение ситуаций по определению цен в зависимости от звеньев товародвижения, порядка возмещения транспортных расходов, учета налога на добавленную стоимость в цене;
- приобретение умений по определению цен в коммерческой деятельности;
- выявление взаимосвязей ценообразования с другими аспектами деятельности предприятия;
- обеспечение практических навыков определения ценовой тактики и стратегии предприятия;
- формирование представления о недопустимости стихийности процесса ценообразования и динамики цен.

Место дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина «Ценообразование» относится к вариативной части учебного плана и базируется на знаниях таких дисциплин, как «Экономическая теория» и «Коммерческая деятельность».

Для успешного освоения дисциплины «Ценообразование», студент должен:

Знать:

- порядок осуществления управления торгово-технологическими процессами на предприятии, регулирования процессов хранения, проведения инвентаризации, определения и минимизации затрат материальных и трудовых ресурсов, учета и списания потерь (ПК-2);

- специфику выбора деловых партнеров, проведения с ними деловых переговоров, заключения договоров и контроля их выполнения (ПК – 6);

- порядок организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров (ПК-7).

Уметь:

- решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационнокоммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности (ОПК-1);

- работать с технической документацией, необходимой для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической, товароведной и (или) торгово-технологической) и проверять правильность ее оформления (ОПК-5);

- обеспечивать необходимый уровень качества торгового обслуживания (ПК-8).

Владеть:

- способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах (ОК-2);

- культурой мышления, способностью к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения (ОК-9);

- способностью участвовать в разработке инновационных методов, средств и технологий в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-11);

- способностью участия в реализации проектов в области профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и (или) товароведной) (ПК-13).

Требования к результатам освоения дисциплины:

В результате освоения дисциплины должны быть сформированы следующие компетенции:

ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров.

В результате освоения компетенции **ПК - 7** студент должен: *Знать:*

методику планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров;

порядок организации и планирования материально-технического обеспечения предприятий, закупки и продажи товаров. *Уметь:*

организовывать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров;

планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров. *Владеть:*

способностью организовывать и планировать материально-технического обеспечения предприятий, закупку и продажу товаров.

ПК – 3 готовность к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способность изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

В результате освоения компетенции **ПК - 3** студент должен:

Знать:

методику выявления и удовлетворения потребностей покупателей товаров;

порядок формирования потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;

методику проведения анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.

Уметь:

выявлять и удовлетворять потребности покупателей товаров;

формировать потребности покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;

изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка.

Владеть:

□ готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров;

□ навыками формирования потребностей покупателей товаров с помощью маркетинговых коммуникаций;

□ методикой изучения и прогнозирования спроса потребителей, анализа маркетинговой информации, конъюнктуры товарного рынка.

Содержание дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (темы)
1	Основы рыночного ценообразования.
2	Методология рыночного ценообразования.
3	Методологические особенности ценообразования в России.
4	Система цен.
5	Формирование свободных цен.
6	Особенности ценообразования на импортные товары.
7	Регулирование цен.
8	Особенности ценообразования в отдельных отраслях народного хозяйства.
9	Ценообразование на рынке транспортных услуг.
10	Ценообразование на мировом товарном рынке.

Форма контроля – зачет