

## 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