

**АННОТАЦИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б3.В.ДВ.1.1 ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

(код, наименование согласно учебного плана)

Направление подготовки бакалавров 080100.62 «Экономика»
(код) (наименование)

Профиль (специализация) подготовки Общий профиль

Квалификация (степень) выпускника бакалавр
(бакалавр, бакалавр – инженер, магистр, магистр - инженер, специалист)

Форма обучения очная
(очная, заочная, очно - заочная и др.)

Выпускающая кафедра экономики и менеджмента

Кафедра-разработчик программы экономики и менеджмента

Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов системных представлений, комплекса знаний и навыков в отношении формирования цен на товары и услуги, способствующих применению на практике современных ценовых стратегий и разработке эффективной ценовой политики предприятия с учетом тенденций рынка и действующего законодательства.
Место дисциплины в структуре ООП	Учебная дисциплина относится к общепрофессиональному циклу (вариативная часть, дисциплины по выбору) и базируется на знаниях, полученных в ходе изучения следующих дисциплин: «Микроэкономика», «Статистика», «Экономика организации (предприятия)», «Экономический анализ», «Маркетинг». Дисциплина «Цены и ценообразование» является предшествующей для дальнейшего изучения дисциплин таких как: «Анализ и моделирование финансово-экономических систем», «Инвестиционный анализ», «Антикризисное управление».
Трудоемкость дисциплины	3 зач. единицы (общая -108 ч., обязат. ауд. занятия – 34ч., самост. работа – 74ч.)
Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины	<p>ПК-5 – способен выбрать инструментальные средства для обработки экономических данных в соответствии с поставленной задачей, проанализировать результаты расчетов и обосновать полученные выводы;</p> <p>ПК-7- способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений;</p> <p>ПК-13- способен критически оценивать предлагаемые варианты управленческих решений и разработать и обосновать предложения по их совершенствованию с учетом критериев эффективности, рисков возможных социально-экономических последствий;</p> <p>ПСК-32-1 – обладать способностью к экономическому образу мышления при оценке конкурентной среды, принятия управленческих решений в области ценообразования;</p> <p>ПСК-32-2- владеть навыками анализа поведения потребителей</p>

	<p>с целью управления их чувствительностью к уровню цен при формировании ценовой политики организации;</p> <p>ПСК-32-3- уметь применять на практике методы ценообразования в ходе поэтапной разработки ценовой стратегии и тактики организации.</p>
<p>Знания, умения и навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные факторы, оказывающие влияние на рыночные цены; - особенности ценообразования на товары и услуги; - основные методы ценообразования на товары и услуги; - современные ценовые стратегии предприятий; - направления государственного регулирования цен в Российской Федерации; - основные законодательные акты, регулирующие ценообразование в Российской Федерации; - виды и формы скидок на рынках товаров и услуг; - возможности оперативной ценовой политики при управлении запасами и потоками товаров; - критерии эффективного управления ценовой политикой предприятия. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать правовые нормы в профессиональной и общественной деятельности; - рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели; - принимать решения в части выбора метода ценообразования в условиях конкретного рынка; - проводить расчет цены с использованием различных методов ценообразования; - проводить расчет структуры и состава цены; - проводить аналитику изменения цен на товары и услуги в условиях конкретно взятого рынка; - использовать законодательную базу в части регулирования цен на товары и услуги; - разрабатывать систему скидок предприятия с учетом условий конкретного рынка; - собирать информацию для принятия ценовых решений предприятия на рынке товаров и услуг; - выявлять проблемные места ценовой стратегии предприятия, разрабатывать меры по повышению эффективности ценовой политики компании. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками анализа действующей ценовой политики компании; - навыками формирования информационной базы для разработки ценовой политики компании и принятия ценовых решений; - навыками анализа перспектив работы коммерческой организации, навыками постановки цели и разработки ценовой политики предприятия; - навыками оценки эффективности ценовой стратегии предприятия и разработке направлений ее повышения.

Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки и темы)	Теоретические основы ценообразования. Основные этапы процесса ценообразования. Методология ценообразования. Разработка ценовой стратегии. Особенности ценообразования в различных отраслях и сферах экономики.
Форма итогового контроля знаний	зачет в 7 семестре
Литература основная (библиотечная обеспеченность, кол-во экземпляров)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Стровский В.Е., Дроздова И.В., Цены и ценообразование. Изд-во УГГУ, 2014 (50 экз.); 2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс: учебник / Ф. Котлер, Келлер К. Л.; пер. с англ. под ред. С. Г. Жильцова, 2008. - 480 с.(60 экз.) 3. Липсиц И.В. Ценообразование. Управление ценообразованием в организации, М.: Экономист, 2006 - 448с. (10 экз.)