

Аннотация рабочей программы учебной дисциплины «Ценообразование»

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цель изучения учебной дисциплины.

Основной целью освоения учебной дисциплины «Ценообразование» является формирование у студентов системы теоретических знаний и практических навыков в области теории цены и механизма ценообразования в условиях рыночной экономики, разработка ценовых стратегий и использование методов ценообразования в различных условиях экономических отношений.

1.2 Задачи учебной дисциплины:

- рассмотрение основных проблем теории, методологии и практики рыночного ценообразования;
- изучение влияния факторов на ценовую политику предприятия;
- изучение методов формирования ценовой политики и особенностей их влияния на различных товарных рынках и их влияние на ценообразование на предприятии;
- исследование влияния ценовых стратегий на структуру цены;
- изучение особенностей ценообразования на мировом рынке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

2.1. Цикл (раздел) ООП:

Учебная дисциплина «Ценообразование» относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла Б1.8.ДВ.4.1.

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими дисциплинами ООП

Освоение курса учебной дисциплины «Ценообразование» основывается на знаниях, приобретенных при изучении учебных дисциплин: «Экономика предприятий (организаций)», «Микроэкономика», «Макроэкономика», «Маркетинг», «Поведение потребителей», «Логистика снабжения», «Маркетинговые исследования в логистике», «Финансовый анализ», «Управление рынком сбыта» и др.

Знания, умения и навыки, полученные при изучении учебной дисциплины «Ценообразование», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых учебными дисциплинами как: «Транспортная логистика» и «Реверсивная логистика», «Управление ресурсами и затратами», «Управление логистической инфраструктурой».

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

Код соответствующей компетенции по ФГОС	Наименование компетенций	Результат освоения (знать, уметь, владеть)
ПК-3	владение навыками стратегического анализа, разработки и осуществления стратегии организации, направленной на обеспечение конкурентоспособности	Знать: инструменты ценовой политики. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации, применять инструменты стратегического анализа на практике

		<p>Владеть: навыками участия в разработке и реализации корпоративной и конкурентной ценовой стратегии организации, а также маркетинговой стратегии</p>
ПК-5	<p>способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений</p>	<p>Знать: виды и особенности, ценовой стратегии предприятия</p> <p>Уметь: ставить и решать задачи ценового характера, выявлять взаимосвязи между функциональными стратегиями компании</p> <p>Владеть: методами реализации основных ценовых функций (принятие решений, исследование, управление организации и контроль)</p>
ПК-8	<p>способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли</p>	<p>Знать: систему формирования информации, источники информации, виды и особенности методов маркетинговых исследований в области ценообразования в логистике</p> <p>Уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ информации о факторах, влияющих на ценовую политику для принятия управленческих решений</p> <p>Владеть: методологией исследования в области ценообразования (постановка цели и задач, выбор оптимальных путей их решения при проведении маркетинговых исследований в логистике)</p>

ПК	Способностью находить организационно управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений	<p>Знать: сущность цены как экономической категорий, ее взаимосвязь с важнейшими категориями: финансы, кредит, себестоимость, прибыль; виды цен рыночной экономики; состав основных видов цен по экономическим элементам.</p> <p>Уметь: анализировать основные факторы рыночного ценообразования, их влияние на изменение цены, выполнять расчет цены при разных каналах товародвижения</p> <p>Владеть: различными методами ценообразования, методикой оценки результатов управленческих решений, связанных с ценообразованием</p>
----	--	---

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Цена как инструмент политики предприятия

Раздел 2. Методические подхода к ценообразованию в системе маркетинга

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

При преподавании учебной дисциплины могут использоваться традиционные и интерактивные образовательные технологии, в том числе:

- чтение лекций в форме монолога с элементами диалога и дискуссии;
- семинарская система обучения (устный опрос, тестирование, выполнение творческих (проблемных) заданий, решение задач, анализ конкретных ситуаций, разработка проблемы и подготовка презентации);
- технологии интерактивного обучения (работа в малых группах, мозговой штурм, тренинги и др.);
- консультации преподавателей в рамках внеаудиторной работы;
- «круглый стол» с участием научных и/или практических работников;
- научно-исследовательская работа (подготовка научной статьи или тезисов).

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

Р.П. Лизогуб, канд. экон. наук, доцент кафедры маркетинга и логистики