

**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 обязательным дисциплинам вариативной части Б1.В.ОД.3

2.2. Взаимосвязь учебной дисциплины с другими дисциплинами ООП

Освоение курса учебной дисциплины «Ценообразование» основывается на знаниях, приобретенных при изучении учебных дисциплин: «Экономика», «Микроэкономика», «Маркетинг».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении учебной дисциплины «Ценообразование», необходимы обучающимся для освоения компетенций, формируемых учебными дисциплинами: «Транспортная логистика», «Реверсивная логистика», «Управление ресурсами и запасами», «Управление логистической инфраструктурой», «Логистика снабжения», «Маркетинговые исследования в логистике», «Финансовый анализ», «Управление рынком сбыта».

**3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ
ДИСЦИПЛИНЫ**

Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения учебной дисциплины:

| Код соответствующей компетенции по ГОС | Наименование компетенций | Результат освоения (знать, уметь, владеть) |
|--|---|---|
| ДПК-1 | Способность анализировать, прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности проблемы ценообразования | Знать: инструменты ценовой политики. Уметь: анализировать коммуникационные процессы в организации, применять инструменты стратегического анализа на практике Владеть: навыками участия в разработке и реализации корпоративной и конкурентной ценовой стратегии |

| | | |
|--------|--|--|
| | | организации, а также маркетинговой стратегии |
| ПК-8 | Способность к обоснованию управленческих решений, а также применению конкретных способов и методов управления на основе глубокого понимания основных закономерностей развития управленческой мысли, течений, тенденций развития научных подходов к управлению, доказавших свою эффективность | Знать: систему формирования информации, источники информации, виды и особенности методов маркетинговых исследований в области ценообразования в логистике Уметь: осуществлять сбор, обработку и анализ информации о факторах, влияющих на ценовую политику для принятия управленческих решений Владеть: методологией исследования в области ценообразования (постановка цели и задач, выбор оптимальных путей их решения при проведении маркетинговых исследований в логистике) |
| ДПК-13 | Способность находить организационно-управленческие решения и готовностью нести за них ответственность с позиций социальной значимости принимаемых решений | Знать: сущность цены как экономической категории, ее взаимосвязь с важнейшими категориями: финансы, кредит, себестоимость, прибыль; виды цен рыночной экономики; состав основных видов цен по экономическим элементам. Уметь: анализировать основные факторы рыночного ценообразования, их влияние на изменение цены, выполнять расчет цены при разных каналах товародвижения Владеть: различными методами ценообразования, методикой оценки результатов управленческих решений, связанных с ценообразованием |

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Цена как инструмент политики предприятия

Раздел 2. Методические подходы к ценообразованию

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:

*Лизогуб Р.П. кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры
маркетинга и логистики*