

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце: **МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

ФИО: Силин Яков Петрович

Должность: Ректор

Дата подписания: 11.07.2024 13:47:29

Уникальный программный ключ:

24f866be2aca16484036a8cbb5c507a9541e602r

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»

Одобрена
на заседании кафедры

20.11.2023 г.

протокол № 5

Зав. кафедрой Юззович Л.И.

Утверждена

Советом по учебно-методическим
вопросам и качеству образования

13 декабря 2023 г.

протокол № 4

Председатель

Карх Д.А.

(подпись)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование дисциплины	Ценообразование
Направление подготовки	38.04.02 Менеджмент
Профиль	Маркетинг и брендинг
Форма обучения	очная
Год набора	2024

Разработана:
Доцент, к.э.н.
Серебренникова А.И.

Доцент, к.э.н.
Чилимова Т.А.

Екатеринбург
2023 г.

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП	3
3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ	3
4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП	3
5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН	5
6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ	6
7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	8
8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	12
9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	12
10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	13
11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ	14

ВВЕДЕНИЕ

Рабочая программа дисциплины является частью основной профессиональной образовательной программы высшего образования - программы магистратуры, разработанной в соответствии с ФГОС ВО

ФГОС ВО	Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 38.04.02 Менеджмент (приказ Минобрнауки России от 12.08.2020 г. № 952)
ПС	

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Формирование у студентов целостной системы теоретических знаний и практических навыков в области рыночного ценообразования, ценовых инструментов, методов ценовой политики и регулирования цен, основанных на знании сущности цен, их рыночных взаимосвязей и зависимостей, закономерностей поведения.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина относится к вариативной части учебного плана.

3. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Промежуточная аттестация	Часов					З.е.
	Всего за семестр	Контактная работа (по уч.зан.)			Самостоятельная работа в том числе подготовка контрольных и курсовых	
		Всего	Лекции	Практические занятия, включая курсовое проектирование		
Семестр 3						
Зачет	108	16	4	12	92	3

4. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ОПОП

В результате освоения ОПОП у выпускника должны быть сформированы компетенции, установленные в соответствии ФГОС ВО.

Профессиональные компетенции (ПК)

Шифр и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ПК-1 Разработка программы создания инновационных товаров (услуг, брендов) с использованием прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации	ИД-1.ПК-1 Знать: ? Понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) ? Методы изучения внутреннего и внешнего рынка, его потенциала и тенденций развития ? Процедуры тестирования товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) ? Методы использования прикладных офисных программ для выполнения статистических расчетов ? Методы использования прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации

ПК-1 Разработка программы создания инновационных товаров (услуг, брендов) с использованием прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации	ИД-2.ПК-1 Уметь: ? Определять конкурентоспособный ассортимент товаров и услуг организации ? Проводить тестирование инновационных товаров (услуг, брендов) ? Создавать нематериальные активы (бренды) и внедрять их на рынок ? Проводить оценку стоимости брендов организации
	ИД-3.ПК-1 Иметь практический опыт: ? Создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими ? Реализации и совершенствование ассортиментной политики организации ? Подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)
ПК-2 Разработка стратегии формирования цен на товары (услуги) организации с учетом маркетинговых исследований	ИД-1.ПК-2 Знать: ? Методы построения системы распределения (дистрибуции) и продвижения товаров и услуг на уровне ценовых стратегий
	ИД-2.ПК-2 Уметь: ? Рассчитывать цены на товары (услуги) организации ? Разрабатывать средства и каналы коммуникаций для проведения политики ценообразования ? Сравнить рыночные цены и цены конкурентов на товары (услуги) ? Проводить маркетинговые исследования по ценам
	ИД-3.ПК-2 Иметь практический опыт: ? Разработки ценовой политики в организации ? Создания и реализации стратегии формирования цен на товары (услуги) организации ? Внедрения методов формирования цен на товары (услуги) организации ? Разработки конкурентных ценовых стратегий ? Проведения последовательных действий по разработке политики ценообразования в организации ? Внедрения системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации
организационно-управленческий	
ПК-6 Разработка системы маркетинговой деятельности предприятия с использованием инструментов проектного управления	ИД-1.ПК-6 Знать: ? Инструменты бренд-менеджмента ? Инструменты маркетингового ценообразования ? Подходы к формированию сбытовой политики организации ? Состав процесса стратегического и оперативного планирования

ПК-6 Разработка системы маркетинговой деятельности предприятия с использованием инструментов проектного управления	ИД-2.ПК-6 Уметь: ? Улучшать бизнес-процессы организации в сфере управления брендами ? Использовать инструменты проектного управления успешными брендами ? Разрабатывать политику конкурентных цен на товары (услуги) ? Проводить аудит ценовой политики организации ? Проводить оценку сбытовой политики организации ? Управлять продажами товаров и услуг ? Использовать инструменты проектного управления в выработке эффективной коммуникационной политики
	ИД-3.ПК-6 Иметь практический опыт: ? Создания нематериальных активов (брендов) в организации и управление ими ? Реализации и совершенствование ассортиментной политики организации ? Подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов) ? Совершенствования политики ценообразования в организации ? Совершенствование системы распределения (дистрибуции) в организации ? Подготовка рекомендаций по совершенствованию системы маркетинговых коммуникаций для принятия управленческих решений

5. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Тема	Часов						
	Наименование темы	Всего часов	Контактная работа (по уч.зан.)			Самост. работа	Контроль самостоятельной работы
			Лекции	Лабораторные	Практические занятия		
Семестр 3		26					
Тема 1.	1. Теоретико-методологические основы ценообразования. (ПК-1)	26	1		3	22	
Семестр 3		23					
Тема 2.	2. Система цен в рыночной экономике (ПК-1)	23	1		2	20	
Семестр 3		26					
Тема 3.	3. Методы ценообразования (ПК-1; ПК-2)	26	1		3	22	
Семестр 3		18,5					
Тема 4.	4. Ценовая политика и стратегии ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)	18,5	0,5		2	16	
Семестр 3		14,5					
Тема 5.	5. Тактические аспекты ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)	14,5	0,5		2	12	

6. ФОРМЫ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ШКАЛЫ ОЦЕНИВАНИЯ

Раздел/Тема	Вид оценочного средства	Описание оценочного средства	Критерии оценивания
Текущий контроль (Приложение 4)			
Тема 2	Тест (приложение 4)	Тест состоит из 10 вопросов. По каждому вопросу предлагаются варианты ответов. Необходимо выбрать один правильный ответ.	<p>Правильный ответ на каждый из вопросов оценивается в 1 балл.</p> <p>Максимальное количество баллов за тест – 10 баллов.</p>
Тема 3	Контрольная работа (приложение 4)	Контрольная работа состоит из двух типовых задач.	<p>При выставлении оценки оценивается логика и ход решения.</p> <p>Правильное решение каждой задачи оценивается в 5 баллов;</p> <p>неправильное решение – 0 баллов.</p> <p>Максимальное количество баллов за контрольную работу – 10 баллов.</p>

Тема 1	Доклад (с презентацией)	Доклад с презентацией готовится индивидуально или группой студентов (2-3 чел.). Доклад представляется по предложенной тематике. Тематика может быть скорректирована и дополнена по желанию студентов (согласовывается с преподавателем). Доклад должен включать теоретический и аналитический материал по выбранной теме.	Оценивается: - полнота и логичность представления теоретического и аналитического материала. Оценка 1-5 баллов; - качество презентации, включая логичность ее построения, полноту отражения материала доклада и изобразительный ряд. Оценка 1-5 баллов. Максимальное количество баллов за доклад с презентацией – 10 баллов.
Промежуточная аттестация (Приложение 5)			
3 семестр (За)	Билет (Приложение 5)	Билет состоит из трех вопросов: - теоретический вопрос; - теоретический вопрос; - практико-ориентированная задача	50-100 баллов

ОПИСАНИЕ ШКАЛ ОЦЕНИВАНИЯ

Показатель оценки освоения ОПОП формируется на основе объединения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающегося.

Показатель рейтинга по каждой дисциплине выражается в процентах, который показывает уровень подготовки студента.

Текущий контроль. Используется 100-балльная система оценивания. Оценка работы студента в течении семестра осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки учебных достижений в процессе обучения по данной дисциплине.

В рабочих программах дисциплин и практик закреплены виды текущего контроля, планируемые результаты контрольных мероприятий и критерии оценки учебных достижений.

В течение семестра преподавателем проводится не менее 3-х контрольных мероприятий, по оценке деятельности студента. Если посещения занятий по дисциплине включены в рейтинг, то данный показатель составляет не более 20% от максимального количества баллов по дисциплине.

Промежуточная аттестация. Используется 5-балльная система оценивания. Оценка работы студента по окончанию дисциплины (части дисциплины) осуществляется преподавателем в соответствии с разработанной им системой оценки достижений студента в процессе обучения по данной дисциплине. Промежуточная аттестация также проводится по окончанию формирования компетенций.

Порядок перевода рейтинга, предусмотренных системой оценивания, по дисциплине, в пятибалльную систему.

Высокий уровень – 100% - 70% - отлично, хорошо.

Средний уровень – 69% - 50% - удовлетворительно.

Показатель оценки	По 5-балльной системе	Характеристика показателя
100% - 85%	отлично	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на высоком уровне
84% - 70%	хорошо	обладают теоретическими знаниями в полном объеме, понимают, самостоятельно умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Могут быть допущены недочеты, исправленные студентом самостоятельно в процессе работы (ответа и т.д.)
69% - 50%	удовлетворительно	обладают общими теоретическими знаниями, умеют применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов на среднем уровне. Допускаются ошибки, которые студент затрудняется исправить самостоятельно.
49 % и менее	неудовлетворительно	обладают не полным объемом общих теоретическими знаниями, не умеют самостоятельно применять, исследовать, идентифицировать, анализировать, систематизировать, распределять по категориям, рассчитать показатели, классифицировать, разрабатывать модели, алгоритмизировать, управлять, организовать, планировать процессы исследования, осуществлять оценку результатов. Не сформированы умения и навыки для решения профессиональных задач
100% - 50%	зачтено	характеристика показателя соответствует «отлично», «хорошо», «удовлетворительно»
49 % и менее	не зачтено	характеристика показателя соответствует «неудовлетворительно»

7. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Содержание лекций

<p>Тема 1. 1. Теоретико-методологические основы ценообразования. (ПК-1)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Экономико-правовая сущность цены. Стоимость как основа цены: теории стоимости. 2. Функции цены 3. Методология ценообразования 4. Особенности ценообразования в различных типах экономических систем и рынка 5. Ценообразующие факторы
<p>Тема 2. 2. Система цен в рыночной экономике (ПК-1)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Система цен: понятие, структура, показатели ее характеризующие 2. Виды цен и их характеристика 3. Регулирование цен.
<p>Тема 3. 3. Методы ценообразования (ПК-1; ПК-2)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Методы ценообразования: классификация и общая характеристика 2. Затратные методы ценообразования: сущность, виды, характеристика 3. Параметрические методы ценообразования: сущность, виды, характеристика 4. Рыночные методы ценообразования: сущность, виды, характеристика
<p>Тема 4. 4. Ценовая политика и стратегии ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ценообразование: сущность, субъекты, объекты, этапы 2. Ценовая политика: понятие и цели 3. Ценовые стратегии: понятие и виды
<p>Тема 5. 5. Тактические аспекты ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Тактические аспекты ценообразования : сущность и классификация. 2. Скидки: понятие, классификация, характеристика 3. Надбавки: понятие, классификация и характеристика. 4. Психологические приемы ценообразования

7.2 Содержание практических занятий и лабораторных работ

Тема 1. 1. Теоретико-методологические основы ценообразования. (ПК-1)

1. Экономико-правовая сущность цены. Цена как экономическая и юридическая категория.
2. Основные теории стоимости: их сущность, характеристика и значение для формирования концепций ценообразования. Трудовая теория стоимости. Теория предельной полезности. Теория спроса и предложения. Характеристика концепций ценообразования: затратная, ценностная, эклектическая.
3. Функции цены как проявление ее сущности: содержание, характеристика, и значение для экономики. Учетно-измерительная функция. Распределительная функция. Функция поддержания пропорциональности и равновесия в хозяйстве. Стимулирующая (сдерживающая) функция. Взаимосвязь функций цены.
4. Методология ценообразования и ее структура. Методика как элемент методологии. Основные методы ценообразования и их характеристика. Принципы ценообразования как элементы методологии: содержание, характеристика, значение для ценообразования. Принцип научности обоснования цен. Принцип непрерывности ценообразования. Принцип единства ценообразования и контроля за соблюдением цен.
5. Особенности ценообразования в различных типах экономических систем: командной и рыночной.
6. Особенности ценообразования на различных типах рынка в условиях рыночной экономики: совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция, олигополия, монополия.
7. Механизм формирования цен в условиях рынка. Закон спроса. Кривая спроса, механизм взаимодействия цены и спроса. Закон предложения. Кривая предложения, механизм взаимодействия цены и предложения. Механизм формирования равновесной цены.
8. Ценообразующие факторы: содержание, характеристика, классификация и влияние на цену. Факторы спроса. Факторы потребительского выбора. Факторы предложения. Факторы, обусловленные альтернативными производственными возможностями. Факторы экономической и финансовой эффективности производства и реализации товара.

Тема 2. 2. Система цен в рыночной экономике (ПК-1)

1. Понятие и структура системы цен. Взаимосвязь и взаимозависимость цен.
2. Показатели, характеризующие систему цен: уровень цен, динамика цен, структура цен.
3. Характеристика видов цен.
4. Государственное регулирование цен. Саморегулирование цен. Общественное регулирование цен. Инфляция и методы ее измерения. Формы и методы воздействия государства на цены.

Тема 3. 3. Методы ценообразования (ПК-1; ПК-2)

1. Методы ценообразования: классификация и общая характеристика.
2. Затратные методы ценообразования. Виды затрат, используемых в ценообразовании: постоянные и переменные затраты, прямые и косвенные затраты. Метод полных затрат: формирование цены, характеристика метода. Метод стандартных полных затрат: формирование цены, нормативы по элементам цены, пофакторный анализ отклонений, характеристика метода. Метод прямых затрат: алгоритм формирования цены, покрытие по видам продукции, прибыль по предприятию в целом, характеристика метода. Метод стандартных полных затрат: формирование цены, характеристика метода. Метод предельных издержек. Метод учета рентабельности. Метод надбавки к цене. Метод анализа безубыточности: графический и расчетный способы.
3. Параметрические методы ценообразования: характеристика, особенности и условия применения. Метод удельной цены. Метод баллов. Метод регрессии. Агрегатный метод.
4. Рыночные методы ценообразования: характеристика, классификация, особенности и условия применения. Методы на основе воспринимаемой ценности товара: метод расчета экономической ценности товара, метод оценки максимально приемлемой цены. Методы с ориентацией на спрос: метод анализа пределов, метод анализа пика убытков и прибылей. Методы с ориентацией на конкурентов: методы следования за рыночными ценами, метод следования за ценами фирмы лидера на рынке, метод расчета на основе принятых в практике данного рынка цен, метод престижных цен, тендерный метод, аукционный метод и его разновидности.
5. Решение задач, перечисленными методами.

<p>Тема 4. 4. Ценовая политика и стратегии ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)</p> <p>1. Ценообразование на предприятии. Ценообразование как вид экономико-правовой деятельности. Субъекты и объекты ценообразования.</p> <p>2. Ценообразование как процесс: этапы, их последовательность, необходимость и содержание. Изучение рынка. Определение целей ценовой политики и ее формирование. Определение спроса. Оценка издержек. Анализ предложения и цен конкурентов. Выбор ценовой стратегии. Выбор метода ценообразования. Учет государственной ценовой политики. Установление базисной цены. Выбор тактических приемов корректировки цен. Установление окончательной цены и проведение корректировки цен.</p> <p>3. Ценовая политика предприятия: понятие, сущность и цели ценовой политики.</p> <p>4. Ценовые стратегии предприятия: понятие, сущность и виды. Характеристика и применение ценовых стратегий: ценовые стратегии «цена-ценность», конкурентные стратегии, ассортиментные стратегии, стратегии дифференциации потребителей, стратегии «прибыль», стратегии «гибкость», стратегии «стабильность».</p>
<p>Тема 5. 5. Тактические аспекты ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)</p> <p>1. Тактические аспекты ценообразования : сущность и классификация.</p> <p>2. Экономические приемы: понятие и виды.</p> <p>Скидки: понятие, классификация, характеристика, экономическая основа установления, возможность и целесообразность применения.</p> <p>Надбавки: понятие, классификация и характеристика.</p> <p>3. Психологические приемы ценообразования: основа применения, сущность, классификация и характеристика.</p>

7.3. Содержание самостоятельной работы

<p>Тема 1. 1. Теоретико-методологические основы ценообразования. (ПК-1)</p> <p>Повторение и изучение материала лекций.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям.</p> <p>Изучение основной и дополнительной литературы, рекомендуемой по дисциплине.</p>
<p>Тема 2. 2. Система цен в рыночной экономике (ПК-1)</p> <p>Повторение и изучение материала лекций.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям.</p> <p>Изучение основной и дополнительной литературы, рекомендуемой по дисциплине.</p> <p>Подготовка к тестированию.</p>
<p>Тема 3. 3. Методы ценообразования (ПК-1; ПК-2)</p> <p>Повторение и изучение материала лекций.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям.</p> <p>Изучение основной и дополнительной литературы, рекомендуемой по дисциплине.</p> <p>Подготовка к контрольной работе.</p>
<p>Тема 4. 4. Ценовая политика и стратегии ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)</p> <p>Повторение и изучение материала лекций.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям.</p> <p>Изучение основной и дополнительной литературы, рекомендуемой по дисциплине.</p>
<p>Тема 5. 5. Тактические аспекты ценообразования (ПК-1; ПК-2; ПК-6)</p> <p>Повторение и изучение материала лекций.</p> <p>Подготовка к практическим занятиям.</p> <p>Изучение основной и дополнительной литературы, рекомендуемой по дисциплине.</p>

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 1.

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену
Приложение 2

7.3.3. Перечень курсовых работ
Курсовые работы не предусмотрены.

7.4. Электронное портфолио обучающегося
Материалы не размещаются

7.5. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы
Не предусмотрено

7.6 Методические рекомендации по выполнению курсовой работы
Не предусмотрено

8. ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

По заявлению студента

В целях доступности освоения программы для лиц с ограниченными возможностями здоровья при необходимости кафедра обеспечивает следующие условия:

- особый порядок освоения дисциплины, с учетом состояния их здоровья;
- электронные образовательные ресурсы по дисциплине в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья;
- изучение дисциплины по индивидуальному учебному плану (вне зависимости от формы обучения);
- электронное обучение и дистанционные образовательные технологии, которые предусматривают возможности приема-передачи информации в доступных для них формах.
- доступ (удаленный доступ), к современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам, состав которых определен РПД.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ОСНОВНОЙ И ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Сайт библиотеки УрГЭУ

<http://lib.usue.ru/>

Основная литература:

1. Лузина Т. В., Решетникова С. С. Ценообразование во внешней торговле [Электронный ресурс]: учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 278 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/516630>

2. Липсиц И. В. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 160 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/511909>

3. Слепов В.А., Николаева Т.Е., Глазова Е. С., Сырков Л. Б. Ценообразование [Электронный ресурс]:учебник. - Москва: Издательство "Магистр", 2024. - 304 – Режим доступа: <https://znanium.ru/catalog/product/2086781>

Дополнительная литература:

1. Касьяненко Т. Г., Ефимова Н. Ф., Желтякова И. А., Михайлов А. И., Павлова Е. Е., Переверзев П. А., Пузыня Н. Ю., Синилина О. В. Ценообразование [Электронный ресурс]:учебник и практикум для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 437 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/510968>

2. Ямпольская Д. О. Ценообразование [Электронный ресурс]:учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 193 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/515453>

3. Липсиц И. В. Ценообразование. Практикум [Электронный ресурс]:учебное пособие для вузов. - Москва: Юрайт, 2023. - 336 – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/511250>

10. ПЕРЕЧЕНЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВКЛЮЧАЯ ПЕРЕЧЕНЬ ЛИЦЕНЗИОННОГО ПРОГРАММНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ И ИНФОРМАЦИОННЫХ СПРАВОЧНЫХ СИСТЕМ, ОНЛАЙН КУРСОВ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Перечень лицензионного программного обеспечения:

Astra Linux Common Edition. Договор № 1 от 13 июня 2018, акт от 17 декабря 2018. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

МойОфис стандартный. Соглашение № СК-281 от 7 июня 2017. Дата заключения - 07.06.2017. Срок действия лицензии - без ограничения срока.

Перечень информационных справочных систем, ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Справочно-правовая система Гарант. Договор № 58419 от 22 декабря 2015. Срок действия лицензии -без ограничения срока

Справочно-правовая система Консультант +. Срок действия лицензии до 31.12.2024

11. ОПИСАНИЕ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЙ БАЗЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Реализация учебной дисциплины осуществляется с использованием материально-технической базы УрГЭУ, обеспечивающей проведение всех видов учебных занятий и научно-исследовательской и самостоятельной работы обучающихся:

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех видов занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду УрГЭУ.

Все помещения укомплектованы специализированной мебелью и оснащены мультимедийным оборудованием спецоборудованием (информационно-телекоммуникационным, иным компьютерным), доступом к информационно-поисковым, справочно-правовым системам, электронным библиотечным системам, базам данных действующего законодательства, иным информационным ресурсам служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Для проведения занятий лекционного типа презентации и другие учебно-наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации.

7.3.1. Примерные вопросы для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

К зачету

1. Экономическая сущность цены
2. Концепции ценообразования: их основа, характеристика, сравнительный анализ
3. Функции цен, их характеристика
4. Методология ценообразования: состав, цель, значение для ценообразования
5. Принципы ценообразования и их характеристика
6. Особенности ценообразования в различных типах экономических систем (рыночной, командной, смешанной)
7. Механизм формирования цен в условиях рынка
8. Особенности ценообразования на различных типах рынков (совершенной конкуренции, несовершенной конкуренции)
9. Ценообразующие факторы: понятие, сущность, влияние на цену
10. Особенности ценообразования в различных отраслях народного хозяйства
11. Система цен в экономике
12. Виды цен в зависимости от сферы обслуживания национальной экономики
13. Виды цен в зависимости от участия государства в ценообразовании
14. Виды цен в зависимости от стадии ценообразования
15. Виды цен в зависимости от транспортной составляющей
16. Виды цен в зависимости от характера содержащейся ценовой информации
17. Ценообразование как вид экономико-правовой деятельности
18. Ценовая стратегия и ценовая тактика
19. Виды ценовых стратегий и их характеристика
20. Методы ценообразования и их классификация
21. Затратные методы ценообразования
22. Виды затрат, используемых в ценообразовании
23. Рыночные методы ценообразования
24. Параметрические методы ценообразования
25. Сравнительная характеристика групп методов ценообразования
26. Скидки и их классификация, экономическая основа установления скидок
27. Надбавки: виды и характеристика
28. Психологические приемы ценообразования, виды и характеристика
29. Государственное регулирование цен: сущность, цели и задачи
30. Органы государственного регулирования цен: функции и сфера регулирования
31. Методы государственного регулирования цен: прямые и косвенные
32. Состав и структура цены
33. Ценовая политика предприятия: сущность и цели
34. Понятие и показатели рыночной конъюнктуры
35. Методы исследования экономической конъюнктуры рынка и ценовой динамики
36. Особенности ценообразования на рынке факторов производства
37. Структура товарных рынков и цены
38. Методология ценообразования, ее структура
39. Механизм формирования цен в условиях рынка
40. Теории стоимости и концепции ценообразования
41. Взаимосвязь и взаимозависимость цен
42. Этапы процесса ценообразования на предприятии
43. Основные направления и методы государственного регулирования цен в зарубежных странах
44. Тактические приемы ценообразования и их классификация
45. Принципы и методы ценообразования, их характеристика
46. Затратная концепция ценообразования и ее основа
47. Ценностная концепция ценообразования и ее основа

48. Эклектическая концепция ценообразования и ее основа
49. Общая характеристика затратных методов ценообразования
50. Общая характеристика параметрических методов ценообразования
51. Общая характеристика рыночных методов ценообразования
52. Сравнительная характеристика групп методов ценообразования
53. Политика ценообразования: понятие и виды
54. Стратегия ценообразования: понятие и характеристика
55. Классификация стратегий ценообразования
56. Сравнительная характеристика основных затратных методов ценообразования
57. Сравнительная характеристика основных параметрических методов ценообразования
58. Сравнительная характеристика основных рыночных методов ценообразования с ориентацией на покупателя
59. Сравнительная характеристика основных рыночных методов ценообразования с ориентацией на конкурентов
60. Структура цены и ее элементы.

7.3.2. Практические задания по дисциплине для самостоятельной подготовки к зачету/экзамену

Типовые практические задания к зачету

Компетенции:

ПК-1 Разработка программы создания инновационных товаров (услуг, брендов) с использованием прикладных офисных программ для сбора и обработки маркетинговой информации

ПК-2 Разработка стратегии формирования цен на товары (услуги) организации с учетом маркетинговых исследований

ПК-6 Разработка системы маркетинговой деятельности предприятия с использованием инструментов проектного управления

Номер задания	Правильный ответ	Содержание задания	Компетенция
1	Рынок несовершенной (монополистической) конкуренции	При каком типе рынка торговая марка (бренд) имеет повышенное значение для ценообразования?	ПК-1; ПК-2
2	Рынок олигополии	На каком рынке ценообразование может быть охарактеризовано как монополизированное, зависящее от цен фирмы, но обусловленное взаимной зависимостью фирм на рынке. Цены контролируются предприятием с учетом реакции конкурентов, существует возможность ценового сговора. Степень вмешательства государства невысока.	ПК-1; ПК-2
3	Система стандартных принципов и правил формирования цен на товары и услуги предприятия при осуществлении типовых хозяйственных операций.	Ценовая политика - это	ПК-1; ПК-2; ПК-6
4	Обеспечение выживаемости предприятия; максимизация прибыли; удержание	Назовите основные цели ценовой политики	ПК-1; ПК-2; ПК-6

	рынка		
5	Цель предприятия; метод установления окончательной цены; движение окончательной цены	Что включает стратегия ценообразования?	ПК-1; ПК-2; ПК-6
6	Методы на основе воспринимаемой ценности товара	Какие методы ценообразования максимально учитывают восприятие товара покупателем?	ПК-1; ПК-2; ПК-6
7	А	На какой стадии ценообразования на основе собранной информации определяется выбор стратегии развития предприятия? А) изучение рынка; Б) определение целей ценовой политики; В) анализ предложения и цен конкурентов; Г) определение спроса.	ПК-1; ПК-2
8	В	В чем состоит экономический смысл стоимости капитала? А) определяет уровень доходности инвестиционной деятельности; Б) определяет объем затрат на погашение кредитов и займов; В) определяет минимальный уровень рентабельности инвестиционной деятельности; Г) определяет объем взятых кредитов и займов.	ПК-1; ПК-2
9	Б	Какие элементы входят в состав цены оптовой отпускной? А) затраты и прибыль; Б) затраты, прибыль, косвенные налоги; В) затраты, прибыль, косвенные налоги и посредническая надбавка (скидка); Г) затраты, прибыль, косвенные налоги, посредническая и торговая надбавка (скидка).	ПК-1; ПК-2
10	Г	Какие элементы входят в состав розничной цены? А) затраты и прибыль; Б) затраты, прибыль, косвенные налоги; В) затраты, прибыль, косвенные налоги и посредническая надбавка (скидка); Г) затраты, прибыль, косвенные налоги, посредническая и торговая надбавка (скидка).	ПК-1; ПК-2
11	Б	При установлении цены максимально необходимо считаться с ответной	ПК-1; ПК-2; ПК-6

		<p>реакцией конкурентов на рынке в целом, если предприятие работает на рынке:</p> <p>А) монополии;</p> <p>Б) олигополии;</p> <p>В) монополистической конкуренции;</p> <p>Г) совершенной конкуренции.</p>	
12	В	<p>При формировании цен на каком рынке особое значение приобретает торговая марка (бренд)?</p> <p>А) монополии;</p> <p>Б) олигополии;</p> <p>В) монополистической конкуренции;</p> <p>Г) совершенной конкуренции.</p>	ПК-1; ПК-2; ПК-6