

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

**«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)**

*ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ*

Кафедра маркетинга и рекламы

## **МАРКЕТИНГОВОЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
38.03.02 «Менеджмент»**

Наименование направленности: Маркетинг  
Уровень квалификации выпускника – бакалавр  
Форма обучения – очная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2019

*Маркетинговое ценообразование*

Рабочая программа дисциплины

Составитель:

канд. экон. наук, профессор Л.Л.Калинина

ст.преподаватель Малых Т.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры маркетинга и рекламы

№11 от 19.06.2019 г

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>1. Пояснительная записка</b>	<b>4</b>
1.1 Цель и задачи дисциплины ( <i>модуля</i> )	4
1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине ( <i>модулю</i> )	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
<b>2. Структура дисциплины (<i>модуля</i>)</b>	<b>6</b>
<b>3. Содержание дисциплины (<i>модуля</i>)</b>	<b>9</b>
<b>4. Образовательные технологии</b>	<b>16</b>
<b>5. Оценка планируемых результатов обучения</b>	<b>18</b>
5.1. Система оценивания	18
5.2. Критерии выставления оценок	
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине ( <i>модулю</i> )	30
<b>6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины</b>	<b>30</b>
6.1. Список источников и литературы	30
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	
32	
<b>7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (<i>модуля</i>)</b>	<b>32</b>
<b>8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов</b>	<b>32</b>
<b>9. Методические материалы</b>	<b>33</b>
9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий	33
9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ	49
9.3. Иные материалы	52
<b>Приложения</b>	<b>53</b>
Приложение 1. Аннотация дисциплины	53
Приложение 2. Лист изменений	55

## 1. Пояснительная записка

### 1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – подготовить бакалавра, способного использовать основы экономических знаний в профессиональной деятельности; имеющего, умения и навыки анализа практики ценообразования, стратегического управления ценообразованием в маркетинге, направленного на повышение конкурентоспособности фирмы; способного на основе полученных знаний принимать обоснованные управленческие решения в сфере ценообразования, как одной из областей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Маркетинговое ценообразование»;
- показать роль и место цен и ценообразования в маркетинговой деятельности компании;
- ознакомить с опытом ценообразования в практической маркетинговой деятельности компаний;
- рассмотреть принципы и методы расчета и установления цен на различные товары, работы, услуги.
- отразить новые подходы в методах ценообразования;
- выявить значимость ценовой политики как активного инструмента достижения целей фирмы;
- выявить место ценовой политики в корпоративной стратегии фирмы;

### 1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине (модулю):

Коды компетенции	Содержание компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-5	Способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-теоретические основы ценообразования , необходимые для подготовки и принятия сбалансированных управленческих решений при разработке и обосновании цен;</li> <li>-основы стратегического анализа цен;</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-находить оптимальные решения на основе анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний при установлении цен на производимую фирмой продукцию</li> <li>-искать, собирать и анализировать финансовую и экономическую информацию, разрабатывать и осуществлять ценовую стратегию организации, направленную на подготовку сбалансированных управленческих решений и повышение конкурентоспособности организации:</li> </ul> <p>Владеть:</p>

		<p>- методами принятия решений в процессе управления ценообразованием и обоснования цен</p> <p>- навыками стратегического анализа как активного инструмента достижения целей фирмы;</p>
--	--	---

### 1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Маркетинговое ценообразование» относится к вариативной части блока базовых дисциплин учебного плана по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» (уровень - бакалавриат), направленность "Маркетинг" очной формы обучения. Дисциплина реализуется на факультете управления ИЭУП РГГУ кафедрой маркетинга и рекламы.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Управление производственной и операционной деятельностью», «Маркетинг».

В результате освоения дисциплины формируются компетенции, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Оценка эффективности управления организацией».

## 2. Структура дисциплины

### Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 28 ч., самостоятельная работа обучающихся 44 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
		контактная						
		Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1.	Тема 1.Маркетинговый подход к ценообразованию	1		1			2	Собеседование
2.	Тема 2. Функции цены	1		1			4	Контрольный опрос
3.	Тема3. Система цен, их классификация	1		1			4	Контрольный опрос. Тестирование
4.	Тема 4. Классификация ценообразующих факторов	1		1			4	Контрольный опрос

5.	Тема 5. Издержки производства и прибыль. Их роль в формировании цены.	1		2			4	Контрольный опрос. Тестирование
6.	Тема 6. Влияние монополий на ценообразование	1		2			4	Контрольный опрос
7.	Тема 7. Влияние конкуренции на ценообразование	2		2			4	Контрольный опрос. Тестирование
8.	Тема 8. Соотношение спроса, предложения и цены	2		2			4	Контрольный опрос
9.	Тема 9. Порядок установления цены	1		2			4	Контрольный опрос
10.	Тема 10. Виды ценовой стратегии	1		2			4	Контрольный опрос. Тестирование
	зачёт						6	итоговая контрольная работа/защита проекта/доклад-презентация и т.п.
	итого:	12		16			44	

### 3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Маркетинговый подход к ценообразованию	<p>Процесс эволюции рынка и маркетинга. Цена как сложная экономическая категория. Место и роль цены и ценообразования в системе маркетинга. Рынок и цена. Стоимость и цена — экономические категории рынка. Важнейшие принципы ценообразования. Факторы, формирующие динамику цен.</p> <p>Конкуренция как фактор, влияющий на ценообразование. Системный подход к ценообразованию. Трехуровневый экономический анализ — основа правильной ценовой политики предприятия.</p>
2.	Функции цены	<p>Две основные функции цены — ограничительная и мотивационная. Учетная функция — функция учета и измерения затрат общественного труда. Стимулирующая функция — поощрение или сдерживание производства. Распределительная функция — перераспределение дохода между секторами экономики. Функция сбалансированности спроса и предложения. Функция цены как средства рационального размещения производства. Взаимосвязь и особенности функций цены.</p>
3.	Система цен, их классификация	<p>Определение системы цен. Взаимосвязь и взаимозависимость цен, входящих в единую систему. Классификация цен в зависимости от сферы товарного обращения. Оптовые цены на продукцию промышленности. Цены на строительную продукцию. Закупочные цены. Тарифы грузового и пассажирского транспорта. Розничные цены. Тарифы на платные услуги населению.</p> <p>Классификация по степени свободы цен от влияния государства: свободные цены, регулируемые цены, фиксируемые цены, лимитные цены.</p> <p>Прочие виды цен: престижная цена; скользящая или падающая цена; долговременная цена; гибкая цена; преимущественная цена, договорная цена.</p> <p>Расчетные и публикуемые цены. Цены, обслуживающие внешнеторговый оборот.</p>

		Справочные цены. Цены, используемые в учете и статистике. Индексы цен и направления их использования.
4.	Факторы, влияющие на уровень цен.	<p>Система ценообразующих факторов. Внешние и внутренние факторы. Факторы прямого и косвенного воздействия на цену. Внутренние факторы: величина издержек, ценовая политика производителя, подходы к организации ценообразования и др. Рыночная цена и рыночная стоимость..</p> <p>Влияние покупательной способности денег и валютных курсов на цены. Влияние инфляции на цены.</p> <p>Регулирование цен. Виды государственного регулирования цен. Прямое регулирование: “замораживание” цен; контроль за ценами монополий; установление границ и диапазонов измерения цен; косвенное регулирование цен: субсидирование, кредитование, налоговая политика, амортизационная политика. Взаимодействие цен и налогов. Взаимодействие цен и финансово-кредитной системы.</p> <p>Соотношение спроса и предложения, конкуренция, качество товара, объем поставок; взаимоотношения между продавцом и покупателем, франкирование цены</p>
5.	Издержки производства и прибыль. Их роль в формировании цены.	<p>Определение издержек. Формирование затрат у производителя. Взаимозависимость между уровнем цен, себестоимостью и прибылью.</p> <p>Деление затрат по экономическому содержанию. Деление затрат по калькуляционным статьям. Группировка по способу отнесения затрат. Группировка затрат в зависимости от объема производства.</p> <p>Постоянные (не зависящие от объема выпуска продукции) затраты. Переменные (зависящие от объема выпуска продукции) затраты. Валовые издержки производства. Действие закона убывающей доходности при формировании себестоимости. Прибыль в условиях рынка. Взаимосвязь прибыли с предпринимательским риском.</p>
6.	Влияние монополий на ценообразование	Монопольная цена. Возможные пределы монополизации на отраслевом уровне. Цены



		<p>монополизированных и немонополизированных отраслей. Отличительные особенности этих цен. Циклические колебания рыночных цен. Различные стадии изменения цен. Выбор оптимального уровня цены в монополистическом ценообразовании. Специальные методы расчета цены — “прайсинги”. Монопольное регулирование цен. Сущность системы “лидерство”. Понятие картельных соглашений. Косвенные методы регулирования цен монополиями.</p>
7.	Влияние конкуренции на ценообразование	<p>Конкурентная структура рынка и ее влияние на ценообразование. Виды ценовой конкуренции. Ценовое позиционирование товара. Конкуренция как фактор, влияющий на развитие или свертывание производственной деятельности. Понятие ценовой и неценовой конкуренции. Особенности неценовой конкуренции и ее влияние на ценообразование на современном этапе.</p>
8.	Соотношение спроса, предложения и цены	<p>Спрос. Платежеспособный спрос. Функция спроса. Закон спроса. Предложение. Функция предложения. Цена предложения. Закон предложения. Эластичность спроса и предложения — реакция на относительные изменения уровня рыночной цены. Коэффициент эластичности, его практическое использование в практике маркетинговой деятельности. Фактор времени в эластичности предложения. Три временных периода — мгновенный (рыночный), краткосрочный и долгосрочные периоды. Использование расчетов эластичности в деятельности фирмы. Рыночная цена. Состояние равновесия. Цена равновесия. Закон рыночного равновесия.</p>
9.	Порядок установления цены	<p>Постановка задач ценообразования фирмы. Информация, необходимая для принятия решения по ценам. Использование расчетов эластичности в предпринимательской деятельности. Две части ценообразования: расчет исходной цены и ценовая политика. Система ценообразования. Последовательность (алгоритм) действий по установлению окончательной цены. Цели ценовой политики: максимизация прибыли; завоевание лидерства по</p>

		<p>показателям качества, завоевание большей доли рынка; обеспечение выживаемости фирмы. Связь ценовой политики с другими элементами комплекса маркетинга.</p> <p>Определение спроса. Расчет полных издержек производства и наиболее выгодной для предприятия цены. Анализ цен и отличительных характеристик продукции конкурентов. Определение верхнего и нижнего уровней цены. Определение динамики цены в зависимости от жизненного цикла товара.</p> <p>Выбор методов ценообразования. Затратные методы ценообразования: метод «средние издержки плюс прибыль», расчет цены на основе безубыточности и обеспечения целевой прибыли, и др. Рыночные методы ценообразования. Расчет цены на основе «ощущаемой ценности товара». Ориентация на ценового лидера. Ценовая дискриминация. Установление окончательной цены. Социально-психологические аспекты ценообразования. Влияние на цены других участников рыночной деятельности. Установление цен со скидками и зачетами. Скидки за количество закупаемого товара, функциональные скидки, сезонные скидки и др.</p> <p>Технология позиционирования с помощью ценообразования. Алгоритм построения карты ценности.</p>
10	Виды ценовой стратегии	<p>Ценовая стратегия – основное понятие. Этапы разработки стратегии ценообразования. Основные стратегии ценообразования. Выход на новый рынок (стратегия прорыва). Введение нового товара (стратегия “снятия сливок”). Последовательный проход по рынка. Быстрое возмещение затрат. Удовлетворительное возмещение затрат. Стимулирование комплексных продаж.</p> <p>Стратегия дифференцированных цен. Стратегия льготных цен. сегментам Стратегия гибких цен. Стратегия конкурентных цен. Стратегия престижных цен. Стратегии ценообразования с учетом показателей качества товара.</p>

**4. Образовательные технологии:**

Образовательные технологии для очной формы обучения

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	2	3	4
1.	Тема 1 Маркетинговый подход к ценообразованию	Семинар 1.  Самостоятельная работа	Дискуссия Опрос на семинаре  Консультирование и проверка домашних заданий посредством электронной почты
2.	Тема 2 Функции цены	Семинар 2.  Самостоятельная работа	Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат) Контрольная работа Консультирование по подготовке научного сообщения
3.	Тема 3. Система цен, их классификация	Семинар 3.  Самостоятельная работа	Собеседование Опрос на семинаре  Консультирование Проверка усвоенного материала с применением дистанционных технологий
4.	Тема 4. Факторы, влияющие на уровень цен.	Семинар 4.  Самостоятельная работа	Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат) Контрольная работа Консультирование по подготовке научного сообщения
5.	Тема 5. Издержки производства и прибыль. Их роль в формировании цены.	Семинар 5.  Самостоятельная работа	Обсуждение научных докладов и рефератов. Дискуссия. Тестирование.  Консультирование
6.	Тема 6. Влияние монополий на ценообразование	Семинар 6.  Самостоятельная работа	Собеседование Опрос на семинаре  Консультирование

7.	Тема 7. Влияние конкуренции на ценообразование	Семинар 7. Самостоятельная работа	Оценка выполнения практического задания Консультирование и проверка домашних заданий
8.	Тема 8. Соотношение спроса, предложения и цены	Семинар 8. Самостоятельная работа	Собеседование Научное сообщение (доклад или реферат) Контрольная работа Консультирование по подготовке научного сообщения
9.	Тема 9. Порядок установления цены	Семинар 9. Самостоятельная работа	Тестирование Дискуссия Консультирование и проверка домашних заданий
10.	Тема 10. Виды ценовых стратегий	Семинар 10. Самостоятельная работа	Тестирование. Консультирование и проверка домашних заданий

## 5. Оценка планируемых результатов обучения

### 5.1. Система оценивания для очной формы обучения

Форма контроля	Сроки отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
Текущий контроль: - опрос - участие в дискуссии на семинаре - контрольная работа (темы 1-2) - контрольная работа (темы 3-4)	Семинар 5.9	5 баллов	30 баллов
		5 баллов	10 баллов
		10 баллов	10 баллов
		10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (зачет проводится в форме защиты проекта)			40 баллов
Итого за семестр			100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C

56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2.Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### 5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (ПК-5)

#### Контрольные вопросы по дисциплине

1. Перечислите функции цены. Дайте им характеристику.
2. Что такое «система цен»?
3. Назовите основные виды цен в зависимости от обслуживаемой ими сферы товарного обращения. Дайте им характеристику.
4. Назовите элементы, составляющие структуру оптовой цены предприятия, закупочной и розничной цены.
5. Перечислите виды цен в зависимости от степени учета в них транспортных расходов.
6. Назовите факторы, оказывающие влияние на спрос и предложение.
7. Дайте понятие ценовой эластичности спроса.
8. В чем состоит роль цены при ценовой и неценовой конкуренции?

9. В чем состоят особенности ценообразования в условиях монополистической конкуренции?
10. Охарактеризуйте стратегии ценообразования на рынке чистой монополии.
11. В чем заключаются особенности стратегии ценообразования при олигополистической конкуренции?
12. В чем состоят особенности ценообразования на рынке свободной конкуренции?
13. Перечислите этапы установления цены.
14. Каковы основные принципы группировки затрат на производство?
15. Как связаны между собой предпринимательский риск и прибыль?
16. Назовите методы прямого регулирования цен.
17. Назовите методы косвенного регулирования цен. Дайте им характеристику.
18. Каковы цели государственного регулирования цен?
19. Какие факторы оказывают влияние на развитие товарных рынков и какова в этом роль цен?
20. В чем заключается метод ценообразования основанный на анализе безубыточности и получении целевой прибыли?
21. В чем заключается метод расчета цены на основе “ощущаемой ценности” товара?
22. В чем заключается метод расчета цены “средние издержки плюс прибыль”? В чем причина большой популярности этого метода?
23. Какая информация необходима для принятия решения по ценам? Какова ее роль при установлении цены?
24. Какие виды скидок Вы знаете?
25. Какие виды ценовой стратегии Вы знаете?
26. Какая информация необходима для принятия информации по ценам?
27. Каков порядок составления карты ценности товара?

Темы научных докладов и (или) рефератов:

1. Основные функции цены. Их характеристика.
2. Издержки производства, как основа ценообразования. Группировка издержек.
3. Влияние конкуренции на формирование цен. Ценовая и неценовая конкуренция.
4. Типы рынков, их влияние на ценообразование.
5. Классификация цен в зависимости от обслуживаемых ими отраслей и сфер экономики. Экономическая характеристика основных видов этих цен.

6. Ценовая эластичность спроса. Применение ценовой эластичности в предпринимательской деятельности.
7. Стратегия дифференцированных цен. Особенности ее применения.
8. Методы ценообразования, их характеристика.
9. Последовательность (алгоритм) установления цены.
10. Стратегия “снятия сливок”, область применения стратегии.
11. Особенности и значение неценовой конкуренции в современных условиях.
12. Виды ценовых стратегий, их характеристика
13. Факторы, влияющие на уровень цен.
14. Социально-психологические аспекты ценообразования.
15. Установление цен в рамках товарного ассортимента.
16. Установление цен по географическому принципу.
17. Стратегический и тактический уровни ценообразования, их характерные особенности.
18. Установление цен со скидками и зачетами.
19. Ценовая политика фирмы. Анализ и характеристика основных видов ценовой политики.
20. Определение цены на основе расчета безубыточности и получения целевой прибыли.
21. Цены “проникновения”, область их применения.
22. Основные цели ценовой политики фирмы, их характеристика.
23. Информация, необходимая для принятия решения по ценам.
24. Определение цены на основе “ощущаемой ценности товара”.
25. Ценовое позиционирование товара.

Каждый студент получает индивидуальный вариант для разработки докладов и проводит их презентацию в процессе обучения. Примерные темы докладов приведены выше.

#### Примеры тестовых заданий

1. Цена товара - это:
  - А) себестоимость плюс прибыль;
  - Б) денежное выражение себестоимости;
  - В) денежное выражение стоимости товара;
  - Г) вся совокупность издержек производства и обращения;
  - Д) денежное выражение стоимости прибавочного продукта.



2. Стратегический фактор в ценообразовании состоит в том, что цены формируются на основе:
  - А) полезности товара;
  - Б) стоимости товара;
  - В) государственной политики;
  - Г) общественного признания.
  
3. Тактический фактор в ценообразовании состоит в том, что цена формируется под влиянием:
  - А) технологических факторов производства;
  - Б) протекционистских тарифов;
  - В) конъюнктуры рынка;
  - Г) всего вышеперечисленного.
  
4. Какое из перечисленных ниже условий не относится к условиям рыночного ценообразования:
  - А) экономическая самостоятельность и свобода субъектов хозяйствования;
  - Б) наличие конкурентной среды;
  - В) государственная монополия в области установления цен;
  - Г) равновесие рынка при сбалансированности спроса и предложения;
  - Д) коммерческая основа отношений субъектов хозяйствования.
  
5. Цена товара:
  - А) всегда равна стоимости товара;
  - Б) всегда выше стоимости товара;
  - В) всегда ниже стоимости товара;
  - Г) может отклоняться от стоимости в любую сторону.
  
6. Измерительная функция цены проявляется в том, что:
  - А) с помощью цены можно стимулировать производителей к увеличению объемов производства;
  - Б) с помощью цены государство может перераспределять доходы и прибыль регионов, отраслей, предприятий;
  - В) цена является инструментом регулирования спроса и предложения;
  - Г) с помощью цены в единых признанных денежных знаках измеряется стоимость товара;

- Д) ни один из ответов не является верным.
7. Какая из приведенных ниже функций не является функцией цены:
- А) измерительная;
  - Б) социальная;
  - В) стимулирующая;
  - Г) фискальная;
  - Д) регулирующая.
8. Индекс потребительских цен полезен при определении:
- А) измерения численности населения;
  - Б) измерения стоимости жизни;
  - В) числа семей, находящихся за чертой бедности;
  - Г) объема денежного предложения за некоторый период.
9. Оптовая цена предприятия включает:
- А) оптовую цену промышленности и наценку оптовых организаций;
  - Б) себестоимость и прибыль предприятия;
  - В) все затраты предприятия.
10. Ценообразование - это наука, которая изучает:
- А) многообразие форм и видов цен;
  - Б) способы и правила установления новых и изменения действующих цен;
  - В) функции цен;
  - Г) ценообразующие факторы;
  - Д) все вышеперечисленное.
11. Какой из следующих факторов не относится к ценообразующим факторам:
- А) себестоимость продукции;
  - Б) средняя прибыль;
  - В) соотношение спроса и предложения;
  - Г) налог на прибыль;
  - Д) все ответы являются неверными.
12. Себестоимость продукции включает:
- А) издержки производства

- Б) затраты, связанные с реализацией продукции;
  - В) все затраты, связанные с производством и реализацией продукции;
  - Г) цена минус прибыль;
  - Д) транспортные расходы.
13. Прямые затраты - это:
- А) разница между ценой и прибылью;
  - Б) затраты, которые непосредственно связаны с производством определенных видов продукции;
  - В) сумма косвенных и переменных затрат;
  - Г) все ответы неверны.
14. Группировка по способу отнесения затрат на себестоимость продукции - это деление их на:
- А) прямые и косвенные;
  - Б) условно-постоянные и условно-переменные;
  - В) элементные и комплексные.
15. В отличие от конкурентной фирмы монополист:
- А) может назначить любую цену на свой товар;
  - Б) может производить любой объем продукции и продавать ее по любой цене;
  - В) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержек;
  - Г) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и производства, которая дает максимальную прибыль.
16. Для того, чтобы получить максимальную прибыль монополист должен выбрать такой объем выпуска продукции, при котором:
- А) предельные издержки равны цене продукции;
  - Б) предельные издержки равны общим издержкам;
  - В) предельный доход равен предельным издержкам;
  - Г) предельный доход равен общим издержкам.
17. Ценовая дискриминация - это:
- А) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям;
  - Б) различие в оплате труда по национальному признаку;

- В) эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на потребительские товары;
- Г) повышение цены на товар более высокого качества;
- Д) все ответы верны.
18. Рынки современной монополистической конкуренции имеют общую черту:
- А) производятся дифференцированные товары;
- Б) действует множество покупателей и продавцов;
- В) выпускаются однородные товары;
- Г) устанавливается единая цена;
- Д) ни один ответ не является верным;
19. Олигополия - это рыночная структура, где функционируют
- А) большое количество конкурирующих фирм, производящих неоднородную продукцию;
- Б) большое количество конкурирующих фирм, производящих однородную продукцию;
- В) небольшое количество крупных конкурирующих фирм;
- Г) только одна крупная фирма;
- Д) только один крупный покупатель;
20. Если рыночная цена ниже равновесной, то:
- А) падает цена на ресурсы;
- Б) появляется избыток товаров;
- В) возникает дефицит товаров;
- Г) формируется рынок покупателей.
21. Причиной падения цены на товар может быть:
- А) рост налогов;
- Б) рост потребительских доходов;
- В) падение цен на производственные ресурсы;
- Г) падение цен на взаимодополняющий товар.
22. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый товар вызовет:
- А) падение спроса на второй товар;

- Б) рост спроса на второй товар;
- В) увеличение объема спроса на второй товар;
- Г) падение объема спроса на второй товар.
23. Ценовая эластичность спроса будет выше:
- А) на товары первой необходимости, чем на предметы роскоши;
- Б) в тех случаях, когда потребители используют данный товар с наибольшей пользой для себя;
- В) чем больше альтернативные издержки производства товаров;
- Г) чем менее необходим товар потребителю;
- Д) ни в одном случае.
24. При эластичном спросе снижение цены приводит:
- А) к увеличению выручки от реализации продукции;
- Б) к снижению выручки от реализации продукции;
- В) к снижению объема продаж;
- Г) выручка не изменится.
25. Если уменьшение цены на товар на 1% приводит к увеличению объема спроса на него на 2%, то этот спрос:
- А) неэластичный;
- Б) эластичный;
- В) единичной эластичности;
- Г) абсолютно неэластичный;
- Д) абсолютно эластичный.
26. Если два товара являются дополняющими, то рост цены на один товар приводит к:
- А) увеличению цены на другой товар;
- Б) увеличению спроса на другой товар;
- В) падению спроса на другой товар;
- Г) цена на второй товар не изменится.

## **6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **6.1. Список источников и литературы**

Источники основные:

- 1.Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) Ч.1 и Ч.П. [Электронный ресурс]  
Режим доступа : <http://base.garant.ru/10164072/>
- 2.Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. глава 1, 2, 3, 7, 14, 15, 16 [Электронный ресурс] Режим доступа:  
<http://ivo.garant.ru/#/basesearch/%D0%9D%D0%B0%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9%20%D0%BA%D0%BE%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%20%D0%A0%D0%A4:0>.
- 3.Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ с изм., внесенными Федеральным законом от 18.07.2009 N 181-ФЗ (в ред .Закона РФ от 29 июля 2017г.№279-ФЗ) [Электронный ресурс].Режим доступа:  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_303445/#dst100008](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_303445/#dst100008)
3. Закон РФ №147-ФЗ "О естественных монополиях" от 17.08.1995г. (в ред.Федеральных законов от 29.07.2017 N 279-ФЗ) [Электронный ресурс]  
<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=221429&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.12729585635263962#020946323091864616>

#### Литература основная:

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431752>
- 3.Управление ценами: Учебник / Карпов С.В.,Русин В.Н.,Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60х90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3 - Режим доступа:  
<http://znanium.com/catalog/product/503947>
- 4.Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова; Ставропольский государственный аграрный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ставрополь: АГРУС, 2012. – 160 с. - ISBN 978-5-9596-0728-9 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>

## Дополнительная литература

5. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>
6. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)
7. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>
8. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

## 6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

### Перечень БД и ИСС

№п/п	Наименование
	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Web of Science Scopus
	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2018 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis Электронные издания издательства Springer
	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам
	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

1. [http://www.forexpf.ru/quote\\_show.php](http://www.forexpf.ru/quote_show.php)
2. <http://www.best-story.ru./news/119/print>.
3. <https://best-stroy.ru/>
4. <http://www.kmink.ru/news.item.pdf?ID-899> lenta.ru
5. <http://www.bastion.ru>
6. <https://adindex.ru/publication/opinion/internet/2017/12/25/168233.phtml>
7. <http://www.adventum.ru/blog/20-инструментов-конкурентной-разведки-2/>
8. <https://elama.ru/blog/kontekstnaya-reklama-osnovy/>
9. Сайт Mediascope – <http://mediascope.net/>
10. <http://rk-salut.ru/price>
11. <http://www.riaria.ru/>

### 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

В качестве материально-технического обеспечения дисциплины необходимы:

- демонстрационные приборы для лекции - визуализации,
- мультимедийные средства для презентаций докладов и рефератов.

Требования к аудиториям:

- для проведения семинаров необходимы компьютерные классы,
- для лекций и семинаров в аудитории необходимы: оборудование для письма, оборудование для показа слайдов и персональные компьютеры.

Состав программного обеспечения (ПО) (2018 г.)

Перечень ПО

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
2	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное

### 8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:



- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. Методические материалы**

### **9.1. Планы семинарских занятий для очной формы обучения**

Тема 1(2 ч.) Маркетинговый подход к ценообразованию

Вопросы для обсуждения.

1. Место и роль цен и ценообразования в системе маркетинга.
2. Роль и значение системного подхода к ценообразованию.
3. Механизм ценообразования в условиях рыночных отношений.

Контрольные вопросы.

1. Какова роль воздействия стратегического и тактического факторов на динамику цен? В чем состоят особенности данных факторов?
2. Что необходимо для успешного проведения ценовой политики на предприятии? Какой информацией нужно располагать и каковы источники ее получения?
3. В чем особенности системного подхода к ценообразованию?

#### Список источников и литературы

##### Литература

##### Обязательная литература

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>
3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431752>
4. Управление ценами: Учебник / Карпов С.В.,Русин В.Н.,Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/503947>

##### Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>
5. Шуляк П.Н. Учебно –практическое пособие / Шуляк П.Н., -13-е изд. перераб. и доп.- М.: Дашков И К, 2018 – 196 с.: ЭБС "znanium.com".
6. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>
7. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

## СЕМИНАР № 2. -2ч.

### Тема 2. Функции цены.

#### Вопросы для обсуждения

1. Взаимосвязь функций цены.
2. Стимулирующая функция цены. Её особенности.
3. Распределительная функция цены. Её особенности.

#### Контрольные вопросы

1. Перечислите основные функции цены.
2. Какие функции цены являются наиболее характерными для рыночной экономики?
3. Почему измерительная функция цены является одной из наиболее важных функций?
4. Какие ценовые факторы оказывают стимулирующее (или сдерживающее) воздействие на производителя (покупателя) товаров?

## Список источников и литературы

### Литература

#### Обязательная литература

1. Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>
3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/431752>

#### Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>
5. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>
6. Ценообразование :учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

СЕМИНАР № 3. -2ч.

Тема 3. Система цен, их классификация

Вопросы для обсуждения

1. Взаимосвязь и взаимозависимость цен, входящих в единую систему.
2. Основные признаки классификации цен.
- 3.Классификация цен в зависимости от сферы товарного обращения.

### Контрольные вопросы

1. Какие факторы определяют взаимосвязь и взаимозависимость различных видов цен?
2. Какие вы знаете виды цен в зависимости от обслуживаемых ими отраслей и сфер экономики?
3. Какова структура оптовой цены предприятия?
4. Какова структура оптовой (отпускной) цены промышленности?
5. Какова структура розничной цены?
6. Какие виды цен вы можете назвать в зависимости от территории их действия?
7. Как учитываются в процессе ценообразования расходы по транспортировке товаров и на какие виды (в зависимости от этого фактора) могут быть подразделены цены?
8. Какие вы знаете виды цен в зависимости от степени их свободы от воздействия государства?

### Список источников и литературы

#### Литература

##### Обязательная литература

1. Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>
3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

##### Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. —

(Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>

5 Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

6. . Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

СЕМИНАР № 4. -2ч.

Тема 4. Факторы, влияющие на уровень цен.

Вопросы для обсуждения.

1. Основные факторы, влияющие на уровень цен.
2. Взаимодействие цен и налогов.
3. Взаимозависимость цен и денежного обращения.
4. Ценообразование и инфляция.
5. Взаимоотношения продавцов и покупателей, как фактор влияющий на цену.

Контрольные вопросы

1. Какие из факторов, влияющих на уровень цен, являются внешними по отношению к фирме?
2. В чем состоит взаимосвязь цен и финансов как экономических категорий в условиях рынка?
3. В чем проявляется регулирующее воздействие налоговой политики государства на ценообразование?
4. Какая зависимость существует между ценами и денежной массой на макроуровне? Как она проявляется?
5. Какие виды инфляции вы знаете?
6. Какие меры антиинфляционного регулирования вы знаете?

7. В чем заключаются цели государственного регулирования цен?
8. Какие методы прямого регулирования цен вы знаете?
9. Каковы методы косвенного регулирования цен?

#### Список источников и литературы

##### Источники

Налоговый кодекс Российской Федерации. Части первая и вторая. – М.: Проспект, 2010  
глава 1, 2, 3, 7, 14, 15, 16.

##### Литература

###### Обязательная литература

1. Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с.  
[ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд.,  
перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь.  
АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа:  
<http://znanium.com/catalog/product/515051>
3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического  
бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт,  
2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст :  
электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

###### Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А.  
Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. —  
(Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электр онный //  
ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>
5. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О.  
Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. —  
(Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный //  
ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>



6. Ценообразование :учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>]

#### СЕМИНАР № 5.

Тема 5. Издержки производства и прибыль. Их роль в формировании цены

#### Вопросы для обсуждения

1. Основные принципы группировки затрат на производство.
2. Экономическая природа и особенности формирования прибыли в рыночных условиях.
3. Пути минимизации издержек производства.

#### Контрольные вопросы

1. С какой целью затраты на производство делят на постоянные и переменные?
2. Какова цель группировки затрат на производство по элементам?
3. Как классифицируются затраты в зависимости от способов отнесения на себестоимость продукции?
4. Какие затраты относятся к прямым?
5. Какие затраты относятся к косвенным?
6. Что такое прибыль?

#### Список источников и литературы

##### Литература

##### Обязательная литература

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>

3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

#### Дополнительная литература

4. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)

5. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>

6. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

6. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

СЕМИНАР № 6. -2ч.

Тема 6. Влияние монополий на ценообразование

Вопросы для обсуждения

1. Отличительные особенности монопольных цен.
2. Порядок выявления монопольных цен в РФ.
3. Ценообразование в отраслях естественных монополий.
4. Выбор оптимального уровня цен в монополистическом ценообразовании.

Контрольные вопросы

1. Как, используя государственную монополию, можно воздействовать с помощью политики цен на объемы потребления товара?
2. Как устанавливает цены частная фирма-монополист?
3. Что такое картельные соглашения? На что они направлены?

#### Список источников и литературы

##### Источники

1. Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ с изм., внесенными Федеральным законом от 18.07.2009 N 181-ФЗ( в ред. Закона РФ от 29 июля 2017г.№279)ФЗ  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_303445/#dst100008](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_303445/#dst100008)
2. Закон РФ №147-ФЗ "О естественных монополиях" от 17.08.1995г. (в ред. Федеральных законов от 29.07.2017 N 279-ФЗ)  
[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_221237/b004fed0b70d0f223e4a81f8ad6cd92af90a7e3b/#dst100289](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_221237/b004fed0b70d0f223e4a81f8ad6cd92af90a7e3b/#dst100289)

##### Литература

##### Обязательная литература

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>
3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

##### Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. —

(Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>

5. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)

6. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

6 Ценообразование :учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

СЕМИНАР № 7. -2ч.

Тема 7. Влияние конкуренции на ценообразование.

Вопросы для обсуждения

1. Особенности неценовой конкуренции и ее влияние на ценообразование на современном этапе.
2. Особенности ценообразования в условиях олигополистической конкуренции.
3. Особенности ценообразования на рынке монополистической конкуренции.

Контрольные вопросы

1. Может ли в условиях свободной конкуренции одна из фирм, действующих на рынке, оказать существенное влияние цены?
2. Рынки каких товаров представляют рынки свободной конкуренции?
3. В чем состоят особенности рынка монополистической конкуренции?
4. Какие характерные черты присущи олигополистическому рынку?

Список источников и литературы

## Источники

1.Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ с изм., внесенными Федеральным законом от 18.07.2009 N 181-ФЗ( в ред. Закона РФ от 29 июля 2017г.№279)ФЗ

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_303445/#dst100008](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_303445/#dst100008)

## Литература

## Обязательная литература

1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>

2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>

3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

4.Управление ценами: Учебник / Карпов С.В.,Русин В.Н.,Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/503947>

## Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров/ Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>

5. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)

6. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. —

(Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

6. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

СЕМИНАР № 8. -2ч.

Тема 8. Соотношение спроса, предложения и цены.

Вопросы для обсуждения

1. Рыночный механизм и его функции.
2. Учет фактора ценовой эластичности в предпринимательской деятельности.
3. Факторы времени в эластичности предложения.

Контрольные вопросы.

1. Какие факторы оказывают воздействие на величину спроса, а какие на величину предложения?
2. Как повлияет рост цены на величину общей выручки в случае неэластичного спроса (эластичного спроса, при единичной эластичности)?
3. Какие характерные черты присущи товарам неэластичного спроса?
4. Какие факторы могут оказывать влияние на уровень цен?
5. В чем заключается влияние фактора времени на эластичность спроса по цене?

Список источников и литературы

Литература

Обязательная литература

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>

3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

#### Дополнительная литература

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>

5. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)

5. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

6. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

СЕМИНАР № 9. -2ч. для очной формы обучения

Тема 9. Порядок установления цены.

Вопросы для обсуждения

1. Последовательность (алгоритм) установления цен.
2. Методы ценообразования. Их особенности.
3. Виды скидок с цены и их экономическая роль.

Контрольные вопросы.

1. По каким направлениям должна собираться и группироваться информация для принятия решения по ценам?
2. В чем заключаются социально-психологические аспекты ценообразования?
3. Чем объясняется популярность методики расчета цены "средние издержки плюс прибыль"?
4. Какая из известных вам методик ценообразования не основывается на величине издержек?
5. Что такое товарообменный зачет? Приведите пример.

#### Источники и литература

##### Литература

##### Обязательная литература

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>
- 2.Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com".Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>
3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

##### Дополнительная литература

- 4.Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>
4. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)
5. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>



6. Ценообразование :учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>]

СЕМИНАР № 10. -2ч. для очной формы обучения

Тема 10. Виды ценовой стратегии.

Вопросы для обсуждения.

1. Стратегии ценообразования на рынке свободной конкуренции.
2. Стратегии ценообразования на рынке олигополистической конкуренции.
3. Стратегии ценообразования на рынке монополистической конкуренции.

Контрольные вопросы.

1. На чем базируется стратегия сегментации рынка?
2. Как может быть реализована на практике стратегия цен на дополняющие товары?
3. На каких типах рынков может быть использована стратегия координации действий при установлении цен?
4. В чем заключается стратегия зональных цен?
5. Какие ценовые стратегии могут быть использованы фирмой при введении на рынок нового товара?
6. Перечислите основные цели, которых фирма может достичь с помощью ценовой политики.
7. При каких условиях целесообразно использовать ценовую стратегию, называемую стратегией “снятия сливок”?

Список источников и литературы

Литература

Обязательная литература

- 1 Горина Г.А. Ценообразование /Горина Г.А.- ЮНИТИ-ДАНА, 2017-127с. [ЭБС"znanium.com"] Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/1028844>

2. Косинова Е.А. и др. Ценообразование: теория и практика. [Электронный ресурс] Учебное пособие 2-е изд., перераб. и доп. Е.А.Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казакова- 2-е изд. – Ставрополь. АГРУС, 2012. - 160 с.: ЭБС "znanium.com". Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>

3. Липсиц И. В. Ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 368 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04843-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт— URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-431752#>

4. Управление ценами: Учебник / Карпов С.В., Русин В.Н., Рожков И.В. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с.: 60x90 1/16. - (Прикладной бакалавриат) (Переплёт) ISBN 978-5-9558-0432-3 - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/503947>

#### Дополнительная

4. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 231 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3025-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/426099>

5. Маркетинг в России и за рубежом [http:// www. mavriz. ru/](http://www.mavriz.ru/)

6. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для академического бакалавриата / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 193 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт. — URL: <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-444714#>

6. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. — (Бакалавр и магистр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-04530-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [ <https://biblio-online.ru/viewer/cenoobrazovanie-432141#>

## 9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ<sup>1</sup>

Научное сообщение на базе доклада или реферата является самостоятельной работой студента и подводит итоги его теоретической и практической подготовки по изучаемой дисциплине. При подготовке научного доклада обучающийся должен показать свои способности и возможности по решению реальных проблем, используя полученные в процессе обучения знания. Методические указания позволяют обеспечить единство требований, предъявляемых к содержанию, качеству и оформлению письменных работ.

При выполнении письменных работ используются все знания, полученные студентами в ходе освоения дисциплины; закрепляются навыки оформления результатов учебно-исследовательской работы; выявляются умения четко формулировать и аргументировано обосновывать предложения и рекомендации по выбранной теме.

Выполнение работы предполагает консультационную помощь со стороны преподавателя. В ходе выполнения работы студент должен показать, в какой мере он овладел теоретическими знаниями и практическими навыками, научился ставить научно-исследовательские проблемы, делать выводы и обобщать полученные результаты.

Подготовка письменной работы имеет целью:

- закрепление навыков научного исследования;
- овладение методикой исследования;
- углубление теоретических знаний в применении к конкретному исследованию;
- применение знаний при решении конкретных задач управленческой деятельности;
- выяснение подготовленности студента к самостоятельному решению проблем, связанных с предметом

Общие требования.

Для успешного и качественного выполнения письменной научной работы студенту необходимо:

- иметь знания по изучаемой дисциплине в объеме программы РГГУ;
- владеть методами научного исследования;
- уметь использовать современные средства вычислительной техники, в первую очередь персональные компьютеры как в процессе выполнения, так и в процессе оформления работы;
- свободно ориентироваться при подборе различных источников информации и уметь работать со специальной литературой;
- уметь логично, грамотно и научно обоснованно формулировать теоретические и практические рекомендации, результаты анализа;
- квалифицированно оформлять графический материал, иллюстрирующий содержание работы.

Являясь законченной самостоятельной научно-исследовательской разработкой студента, письменная работа должна отвечать основным требованиям:

1. Актуальность темы исследования.
2. Предметность, конкретность и обоснованность выводов о состоянии разработки поставленной проблемы.
3. Соответствие уровня разработки темы современному уровню научных разработок, методических положений и рекомендаций, отраженных в соответствующей литературе.

---

<sup>1</sup> В раздел включаются требования к подготовке, содержанию, и оформлению письменных работ предусмотренных учебным планом или рабочей программой (курсовая работа, эссе, реферат, доклад и т.п.). При наличии кафедральных или факультетских рекомендаций по подготовке письменных работ раздел включается в РПД по усмотрению преподавателя - составителя. Если письменная работа не предусмотрена, раздел не включается.

Темы письменных работ формулируются на основе Примерной тематики, представленной в разделе 5.3. настоящей Рабочей программы.

Предлагаемая обучающимся тематика работ является примерной и не исключает возможности выполнения работы по проблемам, предложенным студентом. При этом тема должна быть согласована с руководителем. При выборе темы необходимо учитывать, в какой мере разрабатываемые вопросы обеспечены исходными данными, литературными источниками, соответствуют индивидуальным способностям и интересам обучающегося.

Требования к содержанию и структуре текста

Предлагаемая примерная тематика охватывает широкий круг вопросов. Поэтому структура каждой работы должна уточняться студентом с преподавателем, исходя из научных интересов студента, степени проработанности данной темы в литературе, наличия информации и т.п.

Однако каждая письменная научная работа должна иметь:

- титульный лист;
- оглавление;
- введение;
- главы и/или параграфы;
- заключение;
- список использованных источников и литературы.

Дисциплина «Маркетинговое ценообразование» является частью вариативного блока дисциплин учебного плана. Дисциплина реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга и рекламы.

Цели дисциплины: подготовить бакалавра, способного использовать основы экономических знаний в профессиональной деятельности; имеющего умения и навыки стратегического анализа, стратегического управления ценообразованием в маркетинге направленного на повышение конкурентоспособности фирмы; способного на основе полученных знаний принимать обоснованные управленческие решения в сфере ценообразования, как одной из областей профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- сформулировать понятийный аппарат, необходимый для изучения дисциплины «Маркетинговое ценообразование»;
- показать роль и место цен и ценообразования в маркетинговой деятельности компании;
- ознакомить с опытом ценообразования в практической маркетинговой деятельности компаний;
- рассмотреть принципы и методы расчета и установления цен на различные товары, работы, услуги.
- отразить новые подходы в методах ценообразования;
- выявить значимость ценовой политики как активного инструмента достижения целей фирмы;
- выявить место ценовой политики в корпоративной стратегии фирмы.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-5 - способность анализировать взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний с целью подготовки сбалансированных управленческих решений.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*Знать:*

- теоретические основы ценообразования, необходимые для подготовки и принятия сбалансированных управленческих решений. при разработке и обосновании цен;
- основы стратегического анализа цен.

*Уметь:*

- находить оптимальные решения на основе анализа взаимосвязи между функциональными стратегиями компаний при установлении цен на производимую фирмой продукцию;
- искать, собирать и анализировать финансовую и экономическую информацию, разрабатывать и осуществлять ценовую стратегию организации, направленную на подготовку сбалансированных управленческих решений и повышение конкурентоспособности организации.

*Владеть:*

- методами принятия решений в процессе управления ценообразованием и обоснования цен;
- навыками стратегического анализа как активного инструмента достижения целей фирмы.

Рабочей программой предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль успеваемости в форме опросов, тестирования, дискуссии на семинаре, письменной работы, проектной работы, промежуточная аттестация в форме зачета.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

**ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ**

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
3	Приложение №1 <i>Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС</i>	31.08.2019	1
4	Приложение №2 <i>Обновлена основная и дополнительная литература, состав программного обеспечения (ПО), современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные систем (ИСС), перечень БД и ИСС</i>	27.05.2020	10



Состав современных профессиональных баз данных (БД) и информационно-справочные системы (ИСС) (2019 г.)

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2019 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

Состав программного обеспечения (ПО) (2019 г.)

Перечень ПО

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободно распространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное



12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное

**Перечень БД и ИСС (к п. 6.2 на 2020 г.)**

№п/п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

**Состав программного обеспечения (ПО) (к п. 7 на 2020 г.)**

№п/п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	AutoCAD 2010 Student	Autodesk	свободнораспространяемое
5	Archicad 21 Rus Student	Graphisoft	свободно распространяемое
6	SPSS Statistics 22	IBM	лицензионное
7	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
8	SPSS Statistics 25	IBM	лицензионное
9	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
10	ОС «Альт Образование» 8	ООО «Базальт СПО	лицензионное
11	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
12	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
13	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
14	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
15	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
16	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
17	Zoom	Zoom	лицензионное

