

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

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

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра маркетинга

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки: 38.03.02 Менеджмент

Направленность: Маркетинг

Уровень квалификации выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная, очно-заочная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2021

Ценовая политика организации
Рабочая программа дисциплины
Составители:
Канд. экон. наук, доцент, Л.В. Новак

УТВЕРЖДЕНО
Протокол заседания кафедры
Маркетинга
№ 8 от 14.05.2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

1.3. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающегося по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

Приложение 2. Лист изменений

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

1.1 Цели и задачи дисциплины

Дисциплина «Ценовая политика организации» входит в состав части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана бакалавриата по направлению подготовки **38.03.02 Менеджмент**.

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся систему знаний о ценовой политике организации и значении цены в рыночной экономике.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования;
- дать представление о государственном регулировании цен;
- изложить основы анализа влияния цен на финансовые результаты организации;
- познакомить обучающихся с понятийно-категориальным аппаратом ценовой политики организации и методами ценообразования;
- дать четкое представление о стратегии и тактике ценообразования.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-2. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации	ПК-2.2 Осуществляет реализацию политики ценообразования организации	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • структуру себестоимости товаров; • экономические основы ценообразования; • формы и способы использования ценовых механизмов с учётом восприятия цен потребителями; • методы и стратегии ценообразования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • осуществлять ценовой аудит и мониторинг; • работать с ценообразованием на рынке товаров с учетом законодательных ограничений. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками выработки рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок на товары; • навыками проведения ценового мониторинга.

1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Ценовая политика организации» относится к части учебного плана, формируемой участниками образовательных отношений.

Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях обучающихся, полученных при освоении дисциплин «Конкурентный маркетинг»,

«Продуктовая политика организации», «Маркетинговые коммуникации». Умения и компетенции, полученные обучающимися в процессе освоения данной дисциплины необходимы для дальнейшего написания выпускной квалификационной работы.

2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 54 ч., контроль 18 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы (в часах)					Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			контактная						
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1	Теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования	6	3	5				11	Доклад Дискуссия Решение задач
2	Государственное регулирование цен	6	3	4				10	Доклад Дискуссия Решение задач
3	Анализ влияния цен на финансовые результаты организации	6	4	5				11	Доклад Дискуссия Решение задач
4	Методы ценообразования	6	4	5				11	Доклад Дискуссия Решение задач
5	Стратегия и тактика ценообразования	6	4	5				11	Доклад Дискуссия Решение задач
	<i>Экзамен</i>							18	<i>Тестирование</i>
	итого:		18	24				18	54

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

3. Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 24 ч., самостоятельная работа обучающихся 72 ч., контроль 18 ч.

4.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семе	Виды учебной работы (в часах)					Формы текущего
-------	------------------------	------	-------------------------------	--	--	--	--	----------------

п			контактная					Самостоятельная работа	контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации
			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		
1	Теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования	6	1	2				14	Доклад Дискуссия Решение задач
2	Государственное регулирование цен	6	1	2				14	Доклад Дискуссия Решение задач
3	Анализ влияния цен на финансовые результаты организации	6	2	4				14	Доклад Дискуссия Решение задач
4	Методы ценообразования	6	2	4				14	Доклад Дискуссия Решение задач
5	Стратегия и тактика ценообразования	6	2	4				16	Доклад Дискуссия Решение задач
	<i>Экзамен</i>								<i>Тестирование</i>
	итога:		8	16				72	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования	<p>Сущность и функции цен. Особенности ценообразования на рынках различных типов.</p> <p>Виды цен. Характеристика цен по стадиям движения товара. Структура цен. Характеристика цен по способу распределения риска потерь от инфляции. Характеристика цен по способу получения информации об их уровне. Источники информации о цене товара. Характеристика цен по способу отражения фактора времени.</p> <p>Понятие эластичности. Значение коэффициентов эластичности в исследовании рынка. Эластичность спроса по цене: оценка коэффициентов эластичности, классификация товаров. Учет факторов, влияющих на эластичность спроса при принятии ценовых</p>

		решений. Перекрестная эластичность спроса по цене. Взаимозаменяемые, взаимодополняемые и нейтральные товары. Эластичность спроса по доходам.
2	Государственное регулирование цен	Цели и методы государственного регулирования цен. Нормативно-законодательная база рыночного ценообразования. Уровни и способы прямого регулирования цен.
3	Анализ влияния цен на финансовые результаты организации	Анализ безубыточности решений в ценообразовании. Цена и процесс формирования экономической выгоды хозяйствующих субъектов.
4	Методы ценообразования	Сущность затратного ценообразования. Калькулирование по полным затратам. Калькулирование по сокращенным затратам. Метод дохода на капитал. Метод надбавок и скидок. Правила теории принятия решений в ценообразовании. Экономическая ценность товара: сущность, последовательность расчетов. Методы параметрического ценообразования. Сущность и виды торгов. Количественный и качественный анализ условий торгов. Выбор цены предложения. Законодательное регулирование государственных закупок в РФ.
5	Стратегия и тактика ценообразования	Сущность и последовательность разработки стратегии ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования. Классификация тактических приемов ценообразования. Виды скидок. Условия эффективного применения. Психологические приемы тактики ценообразования. Принятие ценовых решений в условиях риска и неопределенности. Пути снижения риска принятия ценовых решений.

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия. Решение задач. Тестирование.
2	Государственное регулирование цен	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия. Решение задач. Тестирование.
3	Анализ влияния цен на финансовые результаты	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация.

	организации		Дискуссия. Решение задач. Тестирование.
4	Методы ценообразования	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия. Решение задач. Тестирование.
5	Стратегия и тактика ценообразования	Лекция, семинар	Лекция-визуализация с применением слайд-проектора. Доклад-презентация. Дискуссия. Решение задач. Тестирование.

5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-5)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация (тестирование)		40 баллов
Итого за семестр зачёт		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»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. 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.

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<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 стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>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.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные 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, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

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

Примерная тематика докладов-презентаций

1. Ценовая политика России в современных условиях
2. Современные тенденции в ценовой политике маркетинге
3. Ценовая политика как фактор конкурентоспособности организации производящей/реализующей детские товары
4. Особенности разработки ценовой политики на инновационную продукцию
5. Проблемы и пути совершенствования ценообразования на торговых предприятиях
6. Формирование цены, ее состав. Отечественная практика
7. Ценообразование на импортные товары
8. Ценообразование, ориентированное на спрос потребителей
9. Параметрические методы ценообразования
10. Методы ценообразования, ориентированные на конкурентное окружение
11. Метод полных издержек
12. Метод предельных издержек
13. Метод ценообразования на основе дохода с оборота
14. Метод рентабельности инвестиций (дохода на вложенный капитал)
15. Метод анализа безубыточности и определения целевой прибыли
16. Государственное регулирование цен
17. Цели, значение и методы государственного регулирования цен
18. Этапы либерализации цен
19. Система регулирования цен
20. Органы ценообразования и контроль цен, их функции
21. Опыт регулирования цен за рубежом
22. Ценообразование на рынке труда. Техника трудоустройства

Вопросы для дискуссии

1. Роль и значение цены в рыночной экономике.
2. Теоретические аспекты цены.
3. Функции цены Основные концепции управления маркетингом.
4. Система цен.
5. Характеристика и виды цен в зависимости от степени и способа регулирования со стороны государства.
6. Виды цен в зависимости от территории действия.
7. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
8. Виды цен в зависимости от способа согласования и фиксации. Виды цен в зависимости от характера возмещения транспортных расходов.

9. Цены, обслуживающие различные виды рынков.
10. Виды цен в зависимости от способа получения информации.
11. Цены статистики.
12. Мировые цены и цены внешней торговли.
13. Себестоимость в составе цены. Классификация затрат, входящих в себестоимость.
14. Прибыль в цене: роль, значение, обоснование.
15. Косвенные налоги.
16. Таможенная стоимость и методы её определения.
17. Таможенные пошлины: значение, роль, виды.
18. Таможенные сборы.
19. Косвенные налоги при ввозе товаров
20. Методика расчета цены
21. Методы ценообразования
22. Этапы ценообразования
23. Ценообразование и структура рынка
24. Цели ценовой политики
25. Анализ и оценка спроса, его эластичность
26. Анализ и оценка издержек
27. Анализ цен и товаров конкурентов
28. Методы расчета цены
29. Формирование цен на основе затрат предприятия
30. Установление окончательной цены

Примерные варианты задач

1. Исходные данные:

- 1) постоянные затраты предприятия в год - 50 000 руб.;
- 2) отпускная цена единицы продукции - 18 руб.;
- 3) переменные затраты на единицу продукции - 10 руб.;
- 4) текущий объем продаж - 8000 шт.

Определите возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 5000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тот же.

Какую отпускную цену единицы продукции следует установить увеличения прибыли на 15% при продаже прежнего количества продукции?

2. Предприятие розничной торговли реализует 1000 единиц товара по цене 450 руб. за единицу, уровень издержек обращения составляет 11,5%, соотношение между постоянными и переменными затратами - 40:60, уровень торговой надбавки - 22%. Определите, как отразится на экономических показателях снижение цены на 3%, если коэффициент эластичности спроса на данный товар составляет -1,4, он облагается НДС по ставке 20%.

3. Составьте анкету для опроса покупателей с целью определения цены нового товара.

4. Предложите наиболее приемлемый метод для оценки реакции покупателей на изменение цен на следующие виды товаров: товары бытовой химии; продукты питания; недвижимость; детские товары; ювелирные изделия; стоматологические услуги; автомобили; образовательные услуги.

5. Рассчитать оптовую отпускную цену, исходя из следующих данных:

- свободная отпускная цена изготовителя - 4800 руб. за единицу;
- ставка акциза - 20%;
- ставка налога на добавленную стоимость - 18%.

5. Рассчитать оптовую цену закупки, исходя из следующих данных:

- оптовая отпускная цена единицы товара - 7080 руб.;
- издержки обращения посредника - 700 руб. на единицу товара;

- рентабельность, планируемая посредником, - 30%;
- НДС для посредника - 18%.

Примерный вариант тестов (ПК-2.2)

1. Цели ценообразования:

- а) увеличение прибыли;
- б) рост объемов продаж;
- в) повышение квалификации персонала;
- г) покрытие затрат

2. Стратегии ценообразования:

- а) снятие сливок;
- б) бенчмаркинг;
- в) вхождение в нишу;
- г) брендинг

3. Факторы, влияющие на установление цены:

- а) поведение конкурентов;
- б) государственное регулирование;
- в) состояние складских запасов;
- г) издержки производства

4. Продавцы придерживаются политики адаптивного ценообразования:

- а) на олигопольном рынке;
- б) рынке монополистической конкуренции;
- в) рынке свободной конкуренции;
- г) монопольном рынке.

5. Скользящая цена - это:

- а) цена, достигшая прежнего уровня после ее понижения или повышения;
- б) цена, исчисленная в момент исполнения контракта путем пересмотра договорной (базисной) цены с учетом изменений в издержках производства, происшедших в период исполнения контракта;
- в) цена, учитывающая инфляцию издержек;
- г) цена, при которой производственная фирма может лишь возмещать свои издержки.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Список источников и литературы

Источники

Основные

Гражданский кодекс Российской Федерации. Ч. I и Ч. II. <http://www.consultant.ru>

Закон РСФСР от 22 марта 1991 г. №948-1 «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках» (в ред. закона РФ от 02 февраля 2006 г. №019-ФЗ). <http://www.consultant.ru>

Федеральный закон от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе». <http://www.consultant.ru>

Закон РФ от 7 февраля 1992 г. №2300-1 «О защите прав потребителей» (с изменениями от 02.06.1993 г., 09.01.1996 г., 17.12.1999 г., 30.12.2001 г., 22.08, 02.11, 21.12.2004 г., 27.07.2006 г., 25.11.2006 г., 25.10.2007 г.) <http://www.consultant.ru>

Законодательство России о защите прав потребителей: Сборник нормативных актов. - Изд-е 5-е, перераб. и доп. / Международная конфедерация обществ потребителей. М.: Юридическая фирма «ЛЕГАТ», 2003. – 288 с. <http://www.consultant.ru>

Дополнительные

Правила торговли и обслуживания населения: Сборник нормативных актов. - Изд. 4-е, перераб. и доп. / Международная конфедерация обществ потребителей. М.: Юридическая фирма «ЛЕГАТ», 2002. – 157 с.

Федеральный закон от 10 июня 1993г. №5115-1 «О сертификации продукции и услуг» (в ред. Федерального закона от 31 июля 1998г №154-ФЗ).<http://www.consultant.ru>

Литература

Основная

Басовский Л. Е. Маркетинг : учеб. пособие / Л.Е. Басовский, Е.Н. Басовская. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ИНФРА-М, 2018. - 233 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; Режим доступа <http://www.znaniium.com>]. - (Высшее образование: Бакалавриат). - www.dx.doi.org/10.12737/18431.

Герасименко В. В. Маркетинг: Учебник / Под ред. Герасименко В.В., - 3-е изд. - М.: Проспект, 2016. - 512 с.: ISBN 978-5-392-19562-6

Котлер Ф. Маркетинг от А до Я: 80 концепций, которые должен знать каждый менеджер: Учебное пособие / Котлер Ф., Виноградов А.П., Чех А.А., - 7-е изд. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 211 с.: 60x90 1/16 ISBN 978-5-9614-5717-9

Международный маркетинг : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / [Абаев Алан Лазаревич и др.] ; под ред. А. Л. Абаева, В. А. Алексунина ; Рос. гос. гуманитарный ун-т. - Москва : Юрайт, 2016. – 362 с. <https://urait.ru/bcode/450478>

Синяева И. М. Маркетинг: : учебник для академического бакалавриата / И. М. Синяева, О. Н. Жильцова. - 3-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 495 с. - (Высшее образование). <https://urait.ru/bcode/431801>

Дополнительная

Алексунин, В. А. Маркетинг [Электронный ресурс] : Учебник / В. А. Алексунин. - 6-е изд. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019. - 214 с. - ISBN 978-5-394-02296-8 - Режим доступа: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1091798>

Котлер Ф. Латеральный маркетинг: Технология поиска революционных идей Учебное пособие / Котлер Ф., Бес Ф.Т., Виноградов А.П. - М.: Альпина Пабли., 2016. - 206 с.: 70x100 1/16 ISBN 978-5-9614-5420-8

Смирнов К. А. Никитина Т.Е., Маркетинг на предприятиях и в корпорациях: теория и практика: монография / науч. ред. К.А. Смирнов. - М. : ИНФРА-М, 2017. – 166 с. - (Научная мысль).

Тимофеев М. И. Маркетинг: Учебное пособие / М.И. Тимофеев. - 3-е изд. - М.: ИЦ РИОР: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 223 с.: 70x100 1/32. - (ВПО: Бакалавриат). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00402-9, 300 экз.

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

№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

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Лекционный материал для студентов содержит статистические данные, а также сравнительные характеристики изменения динамики экономических показателей.

Для проведения аудиторных занятий по дисциплине необходима аудитория, оснащенная ПК и мультимедиа-проектором.

Состав программного обеспечения (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
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

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 зачет 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.

Цель семинарских занятий: направлена на практическое включение студентов в самостоятельную исследовательскую и аналитическую работу, касающуюся основных разделов и тем курса.

Схема семинарского занятия (учебная пара длительностью 90 мин.): блиц-опрос на предмет усвоения теоретического материала (10 мин), опрос по выполненному

домашнему заданию (30 мин), дискуссия по экономическим проблемам (10 мин), тестирование (15 мин.), доклад-презентация (15 мин) ответы на вопросы студентов (10 мин).

Семинар № 1

Тема «Теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования»

Вопросы для обсуждения:

1. Классификация источников и методов сбора информации для изучения поведения покупателей
2. Методы, основанные на анализе фактических данных о покупках
3. Методы, основанные на выявлении предпочтений и намерений покупателей
4. Методы статистической обработки информации о поведении покупателей при изменении цен

Семинар № 2

Тема «Государственное регулирование цен»

Вопросы для обсуждения:

1. Вопросы ценообразования в Гражданском кодексе Российской Федерации.
2. Вопросы ценообразования в Налоговом кодексе Российской Федерации.

Семинар № 3

Тема «Анализ влияния цен на финансовые результаты организации»

Вопросы для обсуждения:

1. Анализ безубыточности решений в ценообразовании.
2. Финансовый анализ решений в ценообразовании.
3. Цена и процесс формирования экономической выгоды хозяйствующих субъектов.

Семинар № 4

Тема «Методы ценообразования»

Вопросы для обсуждения:

1. Методы затратного ценообразования.
2. Методы рыночного ценообразования.
3. Ценообразование на конкурсной основе.

Семинар № 5

Тема «Стратегия и тактика ценообразования»

Вопросы для обсуждения:

1. Стратегия ценообразования.
2. Тактика ценообразования.
3. Учет риска при принятии ценовых решений.

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

Презентация - документ или комплект документов, предназначенный для представления материала.

Цель презентации - донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью

презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

Требования к подготовке презентации:

1. Не более 10 слайдов
2. Краткое тезисное, схематичное изложение материала
3. Использование иллюстраций
4. Приведение статистических данных с указанием информационных источников

Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название темы доклада и фамилия, имя, отчество автора.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. В презентации необходимы импортированные объекты из существующих цифровых образовательных ресурсов.

В презентации доклада должна прослеживаться логика изложения материала. Текстовая часть слайда должна быть представлена в тезисной форме. Если автор приводит статистические или аналитические данные, то наиболее подходящей формой является использование графиков и диаграмм, наглядно демонстрирующих сделанные в ходе работы над докладом выводы.

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков. Во время презентации очень эффективны так называемые «воздействующие слайды». Это должен быть наиболее запоминающийся образ презентации в целом, например, рисунок, который можно оставить на экране после окончания презентации. Любая презентация станет более эффективной, если она будет проиллюстрирована схемами и диаграммами. При этом важно не перегружать их пояснениями. Если при подаче материала возникает необходимость демонстрации таблиц, то рекомендуется выделять цветом наиболее важные строки и столбцы таблицы.

Использование иллюстраций и анимации в презентации допускается, однако используемые графические объекты должны быть логически связаны с представленным на слайдах текстовым материалом, а также быть корректными и уместными для представления в учебной аудитории.

Объекты на слайдах могут сразу присутствовать на слайдах, а могут возникать на них в нужный момент по желанию докладчика, что усиливает наглядность доклада и привлекает внимание аудитории именно к тому объекту или тексту, о которых в данный момент идет речь.

Рекомендации по подготовке доклада

Доклад является одной из форм исследовательской работы студентов, также формой текущей аттестации студентов.

Задачей подготовки доклада является:

- Развитие умения отбора и систематизации материала по заданной теме;
- Формирование умения представления своей работы в аудитории.

Процесс подготовки доклада включает в себя несколько этапов:

- Составление плана работы.
- Подбор литературы по выбранной теме.
- Написание содержательной части доклада.
- Подготовка выводов по проделанной работе.

Объем работы должен составлять не более 10 страниц, 14 шрифт TimesNewRoman, через 1,5 интервала.

Оформление работы:

Титульный лист.

Введение (отражается актуальность выбранной темы доклада).

Основная содержательная часть.

Заключение (должны быть сформулированы общие выводы по основной теме, отражено собственное отношение к проблемной ситуации).

Список использованной литературы.

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ценовая политика организации» реализуется на факультете управления кафедрой маркетинга.

Цель дисциплины – сформировать у обучающихся систему знаний о ценовой политике организации и значении цены в рыночной экономике.

Задачи дисциплины:

- рассмотреть теоретические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования;
- дать представление о государственном регулировании цен;
- изложить основы анализа влияния цен на финансовые результаты организации;
- познакомить обучающихся с понятийно-категориальным аппаратом ценовой политики организации и методами ценообразования;
- дать четкое представление о стратегии и тактике ценообразования.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен реализовывать функции комплексного маркетинга организации

ПК-2.2 - Осуществляет реализацию политики ценообразования организации

Знать:

- структуру себестоимости товаров;
- экономические основы ценообразования;
- формы и способы использования ценовых механизмов с учётом восприятия цен потребителями;
- методы и стратегии ценообразования.

Уметь:

- осуществлять ценовой аудит и мониторинг;
- работать с ценообразованием на рынке товаров с учетом законодательных ограничений.

Владеть:

- навыками выработки рекомендаций по установлению обоснованных цен, надбавок и скидок на товары;
- навыками проведения ценового мониторинга.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме *экзамена*.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

ЛИСТ ИЗМЕНЕНИЙ

№	Текст актуализации или прилагаемый к РПД документ, содержащий изменения	Дата	№ протокола
1.			