

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГУ»)

ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ, УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ
Кафедра Маркетинга

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ОРГАНИЗАЦИИ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

38.03.02 Менеджмент

Код и наименование направления подготовки/специальности

Маркетинг

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2023

Ценовая политика организации
Рабочая программа дисциплины

Составители:

Канд. экон. наук, доцент Рыжкова Т.Б.

Ст.преподаватель Малых Т.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 8 от 13.04.2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
2. Структура дисциплины	5
3. Содержание дисциплины	5
4. Образовательные технологии	7
5. Оценка планируемых результатов обучения	7
5.1 Система оценивания	7
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине	7
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	8
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	11
6.1 Список источников и литературы	11
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». ..	12
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	12
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов	13
9. Методические материалы	14
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий	14
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ	14
9.3 Иные материалы	16
Приложение 1. Аннотация дисциплины	17

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

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. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

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 образовательной программы

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

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Экономика, Маркетинг

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: Экономика предприятий, Преддипломная практика.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	20
	Семинары/лабораторные работы	22
	Всего:	42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
	Лекции	16
	Семинары/лабораторные работы	16
	Всего:	32

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 76 академических часов.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Экономические основы ценовой политики организации в рыночных условиях хозяйствования	Сущность и функции цен. Особенности ценообразования на рынках различных типов. Виды цен. Характеристика цен по стадиям движения товара. Структура цен. Характеристика цен по способу распределения риска потерь от инфляции. Характеристика цен

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

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

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
- доклад презентация	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация –зачет с оценкой (тестирование)		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/ A, B	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>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
82-68/ С	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. Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе. Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ 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. 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. 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	неудовлет- ворительно/ 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

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 - 20%.

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 - 20%.

Примерный вариант тестов

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

1. Гражданский Кодекс Российской Федерации
https://www.consultant.ru/document/cons_doc_law_5142/

Дополнительные

2. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция)
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

Литература

Основная

Басовский, Л. Е. Маркетинг : учебное пособие / Л. Е. Басовский, Е. Н. Басовская. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2022. — 233 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-011840-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1854781> – Режим доступа: по подписке.

Маркетинг : учебник / под ред. В. П. Третьяка. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 368 с. - ISBN 978-5-9776-0238-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1843641> – Режим доступа: по подписке.

Карпова, С. В. Управление ценами : учебник / под ред. С. В. Карповой. — Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. — 236 с. - ISBN 978-5-9558-0432-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010048> – Режим доступа: по подписке.

Фридман, А. М. Ценообразование : учебник / А. М. Фридман. - Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2023. - 151 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.29039/01924-5>. - ISBN 978-5-369-01924-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/2034513>

Ценообразование : учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489>

Ценообразование : учебник / под ред. В.А. Слепова. — 3-е изд. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2022. — 304 с. - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1840489> (дата обращения: 19.06.2023). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная

Маркетинг: создание и донесение потребительской ценности : учебник / под общ. ред. И.И. Скоробогатых, Р.Р. Сидорчука, С.Н. Андреева. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 589 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/1003504. - ISBN 978-5-16-014784-0. -

Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1003504> – Режим доступа: по подписке.

Басовский, Л. Е. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности: Учеб. пос. / Л.Е.Басовский, Е.Н.Басовская - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2019 - 366 с.: + (Доп. мат. znanium.com). - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-006617-2. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/989379> – Режим доступа: по подписке.

6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
3. Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
4. Cambridge University Press
5. ProQuest Dissertation & Theses Global
6. SAGE Journals
7. Taylor and Francis
8. JSTOR

Информационные справочные системы:

3. Консультант Плюс

4. Гарант

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

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

Тема 1. «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

Тема 2. «Государственное регулирование цен»

Вопросы для обсуждения:

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

Тема 3. «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.

Тема 4. «Методы ценообразования»

Вопросы для обсуждения:

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

Тема 5. «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.

9.3 Иные материалы

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ 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 зачета с оценкой. Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.