

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Автор: Землянская И.С., к.э.н., доцент кафедры учета, анализа и аудита

Код и наименование направления подготовки, профиля: 38.05.01 Экономическая безопасность, специализация «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

Квалификация (степень) выпускника: экономист

Форма обучения: очная, заочная.

Цель освоения дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний о современных направлениях развития теории и практики ценообразования, о принципах формирования ценовой политики предприятия, о методах анализа управленческих решений предприятия в области ценообразования, результатах и инструментарии их эмпирической проверки в условиях развитых и развивающихся рынков.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.	Понятие цены, ее сущность. Основные теоретические подходы к проблеме ценообразования: классический (затратная концепция ценообразования), субъективистский (теория предельной полезности), неоклассический. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями (спрос, предложение, издержки). Цена равновесия. Ценовая эластичность. Функции цены в
Тема 2	Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.	Система цен в экономике. Виды цен, действующих в рыночной экономике. Дифференциация цен по характеру обслуживаемого оборота, способу установления и фиксации, степени обоснованности, времени действия, условиям продажи и поставки. Мировой рынок и применяемые на нем виды цен. Состав и структура цены. Соотношения различных видов цен. Взаимосвязь цен мирового и внутреннего рынков.
Тема 3	Ценовая политика и ее типичные задачи.	Понятие ценовой политики. Типичные задачи ценовой политики. Зависимость ценовой политики от типа рынка. Основные методы установления цены: затратный и ценностный. Методика расчета цен. Основные методы установления цен. Дифференциация цен. Способы ценовой дифференциации. Ценовая дискриминация. Ее виды.
Тема 4	Стратегия и тактика ценообразования.	Сущность маркетинговых стратегий цен. Их цели и задачи: получение прибыли, компенсация всех затрат, проникновение на рынок, увеличение или сохранение доли рынка, вытеснение конкурентов и т.д. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования.
Тема 5	Система ценовых методов	Сущность и виды затратных методов ценообразования. Метод ценообразования, основанный на определении полных издержек. Метод ценообразования, ориентирующийся на прямые затраты. Метод ценообразования, основанный на анализе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Сущность и виды рыночных методов ценообразования. Понятие и сущность метода, ценообразования, исходя из ценности товара.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 6	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	Прямые и косвенные методы государственного регулирования процессов ценообразования. Государственное регулирование цен внутреннего рынка. Правовые основы ценообразования. Организация контроля за ценами. Индексация доходов. Координация политики цен по регионам РФ и между странами СНГ. Принципы государственного вмешательства в ценовую политику фирм и регионов. Меры по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов). Уровни государственного контроля над ценами. Запреты, действующие в области свободных цен. Воздействие государства на экспортные цены: а) экспортные субсидии и таможенный тариф; б) товарный и валютный демпинг; в) таможенная политика; г) девальвация. Государственное регулирование цен в различных странах.
Тема 7	Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.	Понятие мировой цены. Источники информации о мировых ценах. Выбор и обоснование мирового рынка и базовой цены. Эффективность экспорта и импорта. Платежный баланс фирмы и государства. Методы формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Расчет экспортной и импортной цены.
Тема 8	Дифференциация цен.	Понятие модификации цен. Условия и варианты дифференциации цен. Модификация цен по географическому признаку: отпускная цена предприятия по месту изготовления, единая цена с включением расходов по доставке, зональные цены, цены фрахтового базиса (базисного пункта). Дифференциация цен через систему скидок. Изменения цен для стимулирования сбыта. Премии (компенсации) потребителям. Выгодные процентные ставки при продаже в кредит. Психологическая модификация цен: ценовая дискриминация, ее формы, модификация цен в зависимости от имиджа. Ступенчатое снижение цен: по предлагаемому ассортименту товаров, при дополнительном оборудовании, ступени цен на необходимые продукты в функциональных системах, включение в цену сопутствующих продуктов и предложение пакета товаров.
Тема 9	Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.	Приведение к единым условиям поставок. Цена франко. Приведение импортной цены к сроку поставки товара. Поправка на технико-экономические различия. Поправка на количество. Поправка на условия платежа. Поправка на комплектацию поставки. Пересчет в валюту предстоящей сделки. Поправка на уторговывание. Понятие ценовой скидки. Виды ценовых скидок: а) плановые; б) тактические. Типы тактических скидок: скидки за большой объем закупок (кумулятивные, некумулятивные, ступенчатые); скидки за внесезонную закупку, скидки за ускорение оплаты, скидки для поощрения продаж нового товара, скидки при комплексной закупке товаров, скидки для верных или престижных покупателей. Открытые и закрытые скидки.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема10	Контрактная цена.	Понятие контрактной цены. Виды контрактных цен. Расчет скользящей цены. Формула торможения. Цена потребления. Цена производства. Внутрифирменные трансфертные цены. Сущность и назначение трансфертных цен. Принципы построения трансфертных цен. Функции трансфертных цен. Факторы, влияющие на уровень трансфертных цен.

В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: тестирование
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, решение задач, тестирование, реферат (доклад).

Промежуточная аттестация проводится в форме: **зачета**

Основная литература:

1. 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 [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432141> (дата обращения: 01.09.2019).

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://www.biblio-online.ru/bcode/431752> (дата обращения: 01.09.2019).