

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр бакалавриата Менеджмент



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Ценовая политика Б1.В.ОД.13

Направление подготовки: 38.03.06 - Торговое дело

Профиль подготовки: не предусмотрено

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Хаметова Н.Г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (центр бакалавриата: менеджмент):

Протокол заседания УМК No ____ от " ____ " _____ 201__ г

Регистрационный No 949980917

Казань
2017

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) доцент, к.н. (доцент) Хаметова Н.Г. кафедра маркетинга Институт управления, экономики и финансов, NGHametova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

Основная цель курса 'Ценовая политика' состоит в получении знаний основных теоретических положений по ключевым вопросам теории цены и ценообразования:

- определения понятия цены;
- системы цен, их составу и структуре методики измерения цен;
- содержания ценовой политики;
- ценообразования в условиях инфляции;
- государственного регулирования цен.

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.13 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.06 Торговое дело и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 3 курсе, 6 семестр.

Программа составлена с учетом того, что студентами освоены такие дисциплины, как 'Теоретические основы товароведения', 'Логистика,', 'Инновационные технологии управления ресурсами организации', 'Система менеджмента качества', 'Финансовый учет и отчетность', 'Маркетинговые исследования'. Дисциплина является предшествующей для учебных курсов: ' Основы сервисной торговли', 'Управление продажами', Интернет маркетинг', 'Электронная коммерция', 'Сервис в торговле' и т.д.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ПК-3 (профессиональные компетенции)	готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

должен знать:

- сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены;
- систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования;
- методы государственного регулирования цен в России и за рубежом;
- сущность и цели ценовой политики предприятия;
- особенности ценообразования в зависимости от структуры рынка;
- методы ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики, в частности, минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов;
- методику формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.

2. должен уметь:

структуры рынка;

- принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства;
- выбирать и практически применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных условиях;
- определять экспортную цену с учетом базисных условий поставки; рассчитывать таможенную стоимость товара.

3. должен владеть:

- специальной терминологией настоящей учебной дисциплины;
- математическим аппаратом, необходимым расчета цен различными способами;
- инструментарием статистики цен.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 6 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе	6	1	2	2	0	Устный опрос
2.	Тема 2. Ценообразующие факторы	6	2	2	2	0	Реферат
3.	Тема 3. Спрос и ценовая эластичность	6	3	2	2	0	Устный опрос Письменное домашнее задание
4.	Тема 4. Структура рынка и цены	6	4	2	2	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Виды и структура цен	6	5	2	2	0	Письменное домашнее задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
6.	Тема 6. Себестоимость в составе цены	6	6	2	2	0	Письменное домашнее задание
7.	Тема 7. Затратные методы ценообразования	6	7-8	4	4	0	Письменное домашнее задание
8.	Тема 8. Рыночные методы ценообразования	6	9	2	2	0	Письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен	6	10-11	4	4	0	Письменное домашнее задание
	Тема . Итоговая форма контроля	6		0	0	0	Зачет
	Итого			22	22	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цена: определение, значение, сущность и эволюция теории цены. Спрос и предложение. Использование теории спроса и предложения в практическом ценообразовании

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Спрос и предложение. Использование теории спроса и предложения в практическом ценообразовании.

Тема 2. Ценообразующие факторы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Понятие "магический треугольник": спрос, издержки и конкуренция. Спрос, как фактор ценообразования. Закон спроса и его эластичность, сегментация потребителей по степени чувствительности к цене. Факторы, формирующие представление о справедливости и несправедливости цены.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Роль и функции цены на рынке: измерительная, соизмерительная, учетная, регулирующая, социальная, стимулирующая, распределительная.

Тема 3. Спрос и ценовая эластичность

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Факторы, определяющие величину эластичности спроса по цене. Восприятие потребителем цены. Критерии, выдвигающиеся при совершении покупки. Категории покупателей.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по: 1. Установлению цен на различных типах рынков. 2. Основным формам ценовой дискриминации и их особенностям.

Тема 4. Структура рынка и цены

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды рыночной структуры. Установление цен на различных типах рынков. Основные формы ценовой дискриминации и их особенности. Маркетинговая стратегия на различных типах рынков.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по: 1. Установлению цен на различных типах рынков. 2. Основным формам ценовой дискриминации и их особенностям.

Тема 5. Виды и структура цен

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Классификация цен: по характеру обслуживаемого оборота, по степени регулирования, по времени действия, по формам продажи, по степени обоснованности, по условиям поставки и по продаже.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по: 1. Установлению цен на различных типах рынков. 2. Основным формам ценовой дискриминации и их особенностям.

Тема 6. Себестоимость в составе цены

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Виды себестоимости, используемые в практике ценообразования. Методы калькуляции себестоимости: метод полных издержек и метод предельных издержек.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Решение тематических задач по формированию цены с учетом себестоимости

Тема 7. Затратные методы ценообразования

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Затратный метод с учетом полных (или средних) издержек на производство продукции. Метод прямых (или предельных) затрат.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Решение тематических задач по Затратному методу с учетом полных (или средних) издержек на производство продукции, методу прямых (или предельных) затрат.

Тема 8. Рыночные методы ценообразования

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Метод потребительской оценки (ориентация на спрос). Метод следования за лидером (ориентация на конкуренцию).

практическое занятие (2 часа(ов)):

Семинарское занятие: "Метод следования за лидером (ориентация на конкуренцию)"

Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен

лекционное занятие (4 часа(ов)):

Цели и задачи ценовой политики ценообразования с учетом жизненного цикла товара. Взаимосвязь цены и качества товара. Роль и значение государственного регулирования цен. Методы прямого воздействия государства на цены. Методы косвенного воздействия государства на цены.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Решение тематических задач по Взаимосвязи цены и качества товара. Роль и значение государственного регулирования цен

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Понятие цены и ее роль в					

маркетинговом комплексе

6	1	подготовка к
---	---	--------------

устному опросу

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
2.	Тема 2. Ценообразующие факторы	6	2	подготовка к реферату	6	реферат
3.	Тема 3. Спрос и ценовая эластичность	6	3	подготовка домашнего задания	3	письменное домашнее задание
				подготовка к устному опросу	3	устный опрос
4.	Тема 4. Структура рынка и цены	6	4	подготовка к устному опросу	8	устный опрос
5.	Тема 5. Виды и структура цен	6	5	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
6.	Тема 6. Себестоимость в составе цены	6	6	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
7.	Тема 7. Затратные методы ценообразования	6	7-8	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
8.	Тема 8. Рыночные методы ценообразования	6	9	подготовка домашнего задания	6	письменное домашнее задание
9.	Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен	6	10-11	подготовка домашнего задания	8	письменное домашнее задание
	Итого				64	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Реализация компетентностного подхода должна предусматривать широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий (разбор конкретных ситуаций) в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

Процесс изучения дисциплины 'Ценовая политика' включает в себя проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом.

При изложении лекционного материала преподавателю рекомендуется использовать презентации в программе Power Point, электронный планшет, фрагменты видеоматериалов по теме лекции. Промежуточным контролем знаний студентов в течение и обучения являются контрольные работы по ключевым темам читаемой дисциплины. Особное место при чтении курса занимают практические занятия. На практических занятиях при освоении новой темы студентам выдаются задания, направленные на закрепление практических навыков в данной предметной области. За выполнение задания студентам выставляются баллы. В конце семестра набранные баллы суммируются, студенты пишут контрольный тест на проверку закрепления практических знаний и умений, балл по которым также прибавляется к общему количеству баллов по текущему внутрисеместровому контролю (согласно балльно-рейтинговой системе оценки знаний). Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе - самостоятельной работы студентов. Выделяемые часы целесообразно использовать для знакомства с дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций лидеров ценообразования России и ведущих российских и зарубежных компаний. Самостоятельная работа студента в процессе освоения дисциплины включает в себя:

- изучение основной и дополнительной литературы по курсу;
 - работу с электронными учебными ресурсами;
 - изучение Интернет-ресурсов;
 - выполнение самостоятельной работы;
 - индивидуальные и групповые консультации по наиболее сложным вопросам;
- Формой итогового контроля знаний студентов является письменный экзамен, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения пенообразующих задач, выполняемых специалистом по ценам.

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Понятие цены и ее роль в маркетинговом комплексе

устный опрос , примерные вопросы:

1. Цена, ее сущность и структура. 2. Механизм ценообразования и факторы, влияющие на цену. 3. Виды цен. Система цен.

Тема 2. Ценообразующие факторы

реферат , примерные темы:

1. Важность цены и ее связь с другими факторами маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция. Факторы, влияющие на решение предприятия по определению цен. 2. Методика расчета исходной цены. Особенности установления цен на новые товары. 3. Разработка и реализация ценовой стратегии предприятия (фирмы).

Тема 3. Спрос и ценовая эластичность

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

3. Цена в экономической теории: а) теория спроса; б) теория предложения; в) теория равновесной цены; г) теория потребительского поведения. 4. Решение задач по теории цен

устный опрос , примерные вопросы:

российских предприятий, предприятий РБ, зарубежных предприятий. 3. Разбор ситуаций. 4. Цена в бизнес-плане.

Тема 4. Структура рынка и цены

устный опрос , примерные вопросы:

Изучение мнений по классификации методов учета затрат и калькулирования себестоимости продукции, а также современных методов калькулирования. Решение задач.

Тема 5. Виды и структура цен

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

Изучение видов и структуры цен 1. Ценообразование во внешнеторговой деятельности. Инкотермс. 2. Тарифы на услуги транспорта. 3. Тарифы на коммунальные услуги. 4. Установление цен на научно-производственную продукцию. 5. Классификация цен в зависимости от новизны товара. 6. Тарифы на бытовые услуги.

Тема 6. Себестоимость в составе цены

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Виды, состав и структура оптовых цен на промышленную продукцию. 2. Влияние системы налогообложения на формирование цен и выручку предприятий. 3. Издержки производства, их понятие, управление затратами. 4. Косвенные налоги как составная часть цены, их расчет. 5. Определение прибыли в цене. 6. Влияние изменения цен на размер прибыли организаций. 7. Расчет наценки оптовой организации в цене. 8. Методика формирования цены на импортную продукцию.

Тема 7. Затратные методы ценообразования

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Понятие метода ценообразования. 2. Наиболее часто применяемые методы ценообразования российскими предприятиями. 3. Определение цены товара различными методами (ситуационные задачи).

Тема 8. Рыночные методы ценообразования

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Важность цены и ее связь с другими факторами маркетинга. Ценовая и неценовая конкуренция. Факторы, влияющие на решение предприятия по определению цен. 2. Методика расчета исходной цены. Особенности установления цен на новые товары. 3. Разработка и реализация ценовой стратегии предприятия (фирмы).

Тема 9. Ценовая политика предприятия и государственное регулирование цен

письменное домашнее задание , примерные вопросы:

1. Понятие ценовой политики. 2. Определение ценовой стратегии, ее виды. 3. Взаимосвязь уровня цены и ценовой стратегии. 4. Стратегии ценообразования на рынке чистой конкуренции. 5. Ценовые стратегии на рынке чистой монополии. 6. Роль ценовых стратегий на рынке монополистической конкуренции. 7. Особенности стратегий ценообразования на олигополистическом рынке. 8. Информация, необходимая для принятия решения по ценам, ее роль при установлении цены. 9. Назовите этапы установления, цены, охарактеризуйте их. 10. Исследуйте влияние на выбор ценовой стратегии учетной политики.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

1. Дать определение цены.
2. Основные этапы эволюции теории цены.
3. Какие факторы учитываются при определении цены на продукт?
4. Критерии, по которым определяется максимальная цена на продукт.
5. Критерии, определяющие минимальную цену на продукт.
6. Понятие сегментации потребителей по степени чувствительности к цене.
7. Понятие внешних и внутренних факторов ценообразования.
8. Ценообразование на рынке чистой конкуренции. Роль маркетинга при данном виде рынка.
9. Ценообразование при монополистической конкуренции. Роль маркетинга при данном типе рынка.
10. Ценообразование при олигополистической конкуренции. Роль маркетинга при данном типе рынка.
11. Ценообразование на рынке чистой монополии. Роль маркетинга при данном типе рынка.

12. Товар, его свойства и качество.
13. Ценообразование, исходя из классификации товара.
14. Что такое канал товародвижения?
15. Роль канала распределения в обеспечении эффективной маркетинговой деятельности.
16. Факторы, влияющие на выбор типа канала и стратегию распределения.
17. Что такое нетто- и брутто-ценообразование?
18. Дайте определение налогам, дотациям, таможенным пошлинам и квотам.
19. Что характеризует коэффициент прямой эластичности спроса?
20. В каких случаях достигается более высокая ценовая чувствительность.
21. Что характеризует коэффициент перекрестной эластичности спроса?
22. Какие товары называют взаимозаменяемыми?
23. Дайте определение взаимодополняющим товарам.
24. Какие товары называют независимыми?
25. Кто такие экономичные и персонифицированные покупатели и их отличие друг от друга?
26. Этичные и апатичные покупатели, их сходства и отличия.
27. Понятие "эффекта уникальности товара" и формирование цены на этот вид?
28. Назовите типы товаров?
29. Мотивы покупателя при выборе товара.
30. Дайте определение ценовой дискриминации.
31. Назовите виды ценовой дискриминации.
32. Как определяется рынок гомогенного блага?
33. Чем характеризуется рынок гетерогенного блага?
34. Что понимается под "ценовой войной".
35. Формы функционирования олигополистов.
36. Основные черты рынка монополистической конкуренции.
37. Что такое оптовые, закупочные и розничные цены?
38. К какому классу относятся цены: твердые, текущие, скользящие.
39. Дайте определение свободным, фиксированным и регулируемым ценам.
40. Что такое производственная себестоимость?
41. Элементы сметы затрат на производство.
42. Поэлементная классификация расходов.
43. Статьи калькуляции.
44. Что такое прямые затраты?
45. Преимущества, характерные при методе полных издержек.
46. Преимущества метода нормативных затрат.
47. Как определяется прибыль предприятия?
48. Что такое стратегия "снятия сливок"?
49. Маркетинговые исследования при изучении потенциального спроса.
50. Влияние проведение аукционов на процесс ценообразования.
51. Конкурентные преимущества предприятия.
52. Факторы, определяющие ценовую чувствительность потребителя.
53. Методы ценообразования, основанные на учете воспринимаемой ценности товара.
54. Какой жизненный цикл товара является для предприятия наиболее прибыльным?
55. На какой стадии ЖЦТ происходит "экономия на масштабах производства".
56. Направления, по которым проявляется государственное регулирование цен.
57. К какому методу вмешательства государства в процессе ценообразования относится

"замораживание цен"?

58. Как осуществляется косвенное регулирование цен?

59. Что относится к естественным монополиям?

60. Что является основными задачами государственного регулирования цен продукции естественных монополий?

ТЕСТЫ

1. Какое определение цены наиболее применимо к современным условиям хозяйствования?

1. Цена - денежное выражение стоимости товара.

2. Цена - форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена.

3. Цена - количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

4. Цена - количество денег (других товаров или услуг, величина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

2. Чем определяется цена товара в рыночной экономике?

1. Суммой денежных средств, затраченных на его покупку.

2. Стоимостью товара.

3. Полезностью товара.

4. Спросом и предложением товара на рынке.

3. Какое из следующих утверждений в наибольшей степени соответствует рыночной экономике?

1. Цены определяются государством.

2. Цены определяются соотношением спроса и предложения.

3. Цены контролируются государством.

4. Закон предложения гласит:

1. Существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения.

2. Существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения.

3. Эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.

5. В чем различие изменения спроса и изменения объема спроса?

1. Изменение спроса состоит из суммы изменений объема спроса.

2. Изменение спроса - это сдвиг кривой спроса, а изменение объема спроса - это движение по кривой спроса.

3. Изменение объема спроса происходит вследствие изменения неценовых факторов.

4. Изменение спроса - это движение по кривой спроса, а изменение объема спроса - это сдвиг кривой спроса.

6. В какой из следующих ситуаций происходит изменение спроса?

1. Доходы населения возрастают, в результате чего увеличивается объем продаж ювелирных изделий.

2. Цены на стиральные машины фирма "Bosh" возросли, вследствие чего увеличился объем продаж стиральных машин фирмы "Indesit".

3. Парикмахерская повышает цену за стрижку волос, что приводит к сокращению ее клиентов.

4. Синтетические ткани признаны вредными для здоровья, поэтому объем их реализации сокращается.

7. Какое из перечисленных определений равновесной цены верно?

1. Цена выше той, которая создает избыточный спрос.

2. Цена, при которой нет ни дефицита, ни убытка.

3. Все перечисленное выше справедливо.
4. Цена, устанавливаемая правительством.
8. Равновесие называется устойчивым, если:
 1. В экономической системе, выведенной из состояния равновесия, возникают силы, возвращающие систему в исходное состояние.
 2. Экономическая система очень часто выходит из состояния равновесия.
 3. Экономическая система быстро приходит в состояние равновесия.
 4. Исходное состояние системы устойчиво.
9. Когда спрос эластичен от цены?
 1. Когда изменения цены сопровождаются незначительным изменением количества проданных товаров.
 2. Когда процентное изменение цены сопровождается точно таким же процентным изменением количества проданных товаров.
 3. Когда небольшие изменения цены приводят к значительным изменениям количества проданных товаров.
10. Как формируются цены в условиях рыночной экономики?
 1. С ориентацией исключительно на изменение затрат в процессе производства.
 2. Главным образом в зависимости от потребительских свойств продукции и спроса на нее.
 3. С учетом спроса и предложения на рынке.

Темы рефератов:

1. Влияние налогов в системе ценообразования.
2. Виды косвенных налогов.
3. Акцизы и их виды.
4. Элементы снабженческо-сбытовой наценки в цене товара.
5. Торговые надбавки в цене товара.
6. Отражение транспортных затрат в цене.
7. Понятие "Инкотермс 2000".
8. Условие поставки товара по вариантам цены.
9. Параметрические методы ценообразования.
10. Территориальная дифференциация цен.
11. Показатели динамики цен.
12. Обоснования необходимости снижения (повышения) цен.
13. Изменение цен с помощью скидок.
14. Виды и методы расчета скидок.
15. Цены внешнеторговых контрактов.
16. Методы расчета цен внешнеторговых сделок.
17. Таможенная стоимость.
18. Методы определения таможенной стоимости.
19. Коммерческие поправки к внешнеторговым ценам.
20. Понятие трансферных цен.
21. Методы расчета трансферных цен.
22. Способы определения величины прибыли в трансферной цене.

7.1. Основная литература:

1. Герасимов Б. И. Цены и ценообразование: Учебное пособие / Б.И. Герасимов, О.В. Воронкова. - М.: Форум, 2009. - 208 с // <http://znanium.com/bookread2.php?book=153348>

2. Шуляк П.Н. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк; Российский государственный социальный университет (РГСУ). - 13-е изд., перераб. и доп. - М.: Дашков и К, 2012. - 196 с.: 60x84 1/16.
(обложка) ISBN 978-5-394-01387-4, 1000 экз. <http://znanium.com/bookread2.php?book=342026>
3. Паршин, В. Ф. Ценовая политика предприятия [Электронный ресурс] : пособие / В.Ф. Паршин. - Минск: Выш. шк., 2010. - 336 с. - ISBN 978-985-06-1789-7. <http://znanium.com/bookread2.php?book=506626>
4. Тарифная и ценовая политика в жилищной и коммунальной сферах: монография / А.Н. Ряховская, Ф.Г. Таги-Заде. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. - 124 с.: 60x90 1/16. - (Научная мысль) (Обложка. КБС) ISBN 978-5-16-011333-3 <http://znanium.com/bookread2.php?book=519772>

7.2. Дополнительная литература:

1. Клинов В.Г. Актуальные проблемы исследования экономической конъюнктуры: Сборник статей / В.Г. Клинов. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 264 с.: 60x88 1/16. (обложка) ISBN 978-5-9776-0264-8, 500 экз. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=396144>
2. Слепов В. А. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева и др.; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2013. - 144 с.: 60x88 1/16. (о) ISBN 978-5-9776-0165-8, 500 экз. // <http://znanium.com/bookread2.php?book=208289>

7.3. Интернет-ресурсы:

- информационно-справочные системы - www.garant.ru
информационно-справочные системы - www.consultant.ru
информационно-справочные системы - ru.wikipedia.org
поисковые системы - www.yandex.ru
поисковые системы - [www.google](http://www.google.com)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Ценовая политика" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

а) требования к аудиториям (помещениям, местам) для проведения занятий: оборудованные лекционные аудитории для проведения интерактивных лекций, в т.ч. ноутбук, видеопроектор, экран настенный, др. оборудование или компьютерный класс.

б) требования к оборудованию рабочих мест преподавателя и обучающихся: видеопроектор, ноутбук, переносной экран и др.

в) требования к специализированному оборудованию: мультимедийные средства и др.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 38.03.06 "Торговое дело" и профилю подготовки не предусмотрено .

Автор(ы):

Хаметова Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.