

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Центр заочного и дистанционного обучения



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Талюцкий Д.А.



_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Ценообразование Б1.В.ДВ.12

Направление подготовки: 38.03.02 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент организации

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: на базе СПО

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 заочного и дистанционного обучения):

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

Регистрационный No 9549137417

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 "Ценообразование" 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.ДВ.12 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 38.03.02 Менеджмент и относится к дисциплинам по выбору. Осваивается на 4 курсе, 7 семестр.

Программа составлена с учетом того, что студентами освоены такие дисциплины, как "Математика", "Статистика", "Методы принятия управленческих решений", "Теория менеджмента", "Маркетинг", "Финансовый менеджмент", "Финансовые рынки и институты", "Налоги и налогообложение". Дисциплина является предшествующей для учебных курсов: "Стратегический менеджмент", "Внеэкономическая деятельность предприятия", "Организация предпринимательской деятельности", "Инновационный менеджмент", "Управление нефтегазовыми проектами", "Управление инновационными проектами".

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:

- 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:

- определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и 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. должен демонстрировать способность и готовность:

Изучив дисциплину, студенты должны:

- освоить основные понятия, связанные с методологией ценообразования в условиях перехода от директивно - планового к свободному ценообразованию;
- усвоить применяемые методики и методы формирования цены от различных факторов;
- уметь ориентироваться в практических расчетах по определению уровня цены, исходя из конкретных показателей;
- иметь опыт расчета цен в условиях рыночных отношений.
- знать основные направления повышения прибыли предприятия за счет полученной информации о конкурентах, их методов ценообразования и работы на рынке.

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы) 72 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины зачет в 7 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. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНОЙ						

ЭКОНОМИКЕ. СИСТЕМА ЦЕН И ИХ ВИДЫ

7

2

2

0

Устный опрос

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Ценообразование на предприятиях в условиях рынка	7		0	0	0	Письменная работа Устный опрос
3.	Тема 3. Ценовая предприятия, конкуренция и сбыт	7		0	2	0	Творческое задание Устный опрос
4.	Тема 4. Методические подходы определения цен, используемые на предприятии	7		2	0	0	Устный опрос
5.	Тема 5. Зарубежный опыт ценообразования	7		0	0	0	Письменная работа Устный опрос
6.	Тема 6. Основные направления совершенствования ценообразования и ценовой	7		0	0	0	Контрольная работа Устный опрос
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	Зачет
	Итого			4	4	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ. СИСТЕМА ЦЕН И ИХ ВИДЫ

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Цена в рыночной экономике Понятие цены. Цена как денежное выражение стоимости товара. Функции цены. Виды цен, их классификация. Еще раз о понятии издержек. Затраты и издержки утраченных возможностей. Общественно не-обходимые затраты как основа цен в рыночной экономике. Статьи издержек, их взаимоотношения. Структура издержек. теоретические основы фирменного ценообразования в рыночной экономике. Затратное и маргинальное направления. Понятие и сущность микроэкономического анализа цены. Роль цен в процессе создания рыночной экономической системы.

практическое занятие (2 часа(ов)):

1. Экономические функции цены. 2. Виды цен и их классификация 3. Цена как денежное выражение стоимости товара. 4. Функции цены. 5. Еще раз о понятии издержек. 6. Затраты и издержки утраченных возможностей. 7. Общественно необходимые затраты как основа цен в рыночной экономике. 8. Статьи издержек, их взаимоотношения. 9. Структура издержек. теоретические основы фирменного ценообразования в рыночной экономике. 10. Затратное и маржинальное направления. 11. Понятие и сущность микроэкономического анализа цены. 12. Роль цен в процессе создания рыночной экономической системы.

Тема 2. Ценообразование на предприятиях в условиях рынка

Тема 3. Ценовая предприятия, конкуренция и сбыт

практическое занятие (2 часа(ов)):

1 Цена товара, как один из параметров воздействия на сбыт. 2 Методы исследования потребительского спроса и определения равновесных цен. 3. Влияние внешних факторов на ценовую предприятия. 4. Ценовая политика предприятия, конкуренция и сбыт 5. Особенности конкуренции на мировых товарных рынках. 6. Цели предприятия в процессе ценообразования. 7. Основные направления ценовой политики предприятия в условиях рынка. 8. Предварительная оценка и выбор ценовых стратегий предприятий. Ценовая политика предприятия, конкуренция и сбыт Особенности конкуренции на мировых товарных рынках. Цели предприятия в процессе ценообразования. Основные направления ценовой политики предприятия в условиях рынка. Предварительная оценка и выбор ценовых стратегий предприятий. Цена товара, как один из параметров воздействия на сбыт. Методы исследования потребительского спроса и определения равновесных цен. Влияние внешних факторов на ценовую политику предприятия.

Тема 4. Методические подходы определения цен, используемые на предприятии

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Методические подходы определения цен, используемые на предприятии Выбор метода ценообразования. Принятие основных решений. Группы информации, которые можно выделить для принятия решения по ценам. Методические приемы определения цен. Основные условия применения затратного метода ценообразования. Другие методы и их отличие от затратного. Прием максимального срока окупаемости. Прием максимально учитывающий условия производства и реализации продукции. Методы фиксации цен в договорах. Достоинства и недостатки фиксированных цен. Элементы цены, используемые для определения коэффициента торможения. Цена, возмещающая фактические затраты. Цена и конкурентоспособность продукции. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара. Товар, являющийся абсолютно конкурентоспособным. Качество и конкурентоспособность товара. Цены в сфере обмена на товары и услуги. Установление окончательной цены. Ценообразование на новый продукт. Ценовая дискриминация. Определение оптимального уровня цен. Методы внесения коммерческих поправок. Методы определения базовой цены. Как правильно рассчитать процент наценки и уценки?

Тема 5. Зарубежный опыт ценообразования

Тема 6. Основные направления совершенствования ценообразования и ценовой

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. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ. СИСТЕМА ЦЕН И ИХ ВИДЫ	7		подготовка к устному опросу	9	устный опрос
2.	Тема 2. Ценообразование на предприятиях в условиях рынка	7		подготовка к письменной работе	5	письменная работа
				подготовка к устному опросу	4	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Ценовая предприятия, конкуренция и сбыт	7		подготовка к творческому заданию	5	творческое задание
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
4.	Тема 4. Методические подходы определения цен, используемые на предприятии	7		подготовка к устному опросу	10	устный опрос
5.	Тема 5. Зарубежный опыт ценообразования	7		подготовка к письменной работе	5	письменная работа
				подготовка к устному опросу	5	устный опрос
6.	Тема 6. Основные направления совершенствования ценообразования и ценовой	7		подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
Итого					60	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Реализация компетентного 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 "Ценообразование" 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. Особое 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 зачет, 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. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКЕ. СИСТЕМА ЦЕН И ИХ ВИДЫ

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. Ценообразование на предприятиях в условиях рынка

письменная работа , примерные вопросы:

письменное домашнее задание , примерные вопросы: Изучить следующие вопросы и составить конспект. Ценообразование на предприятиях в условиях рынка Постановка задач ценообразования. Этапы процесса ценообразования. Виды и группы различия цен. Классификация цен. Цены в микроэкономическом анализе. Факторы, влияющие и формирующие их. Организационные вопросы ценообразования. Государственное регулирование цен и его последствия. Реформы цен. Типы рыночных структур. Основные виды и особенности рыночного ценообразования на различных типах рынка.

устный опрос , 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 3. Ценовая предприятия, конкуренция и сбыт

творческое задание , примерные вопросы:

Рассмотреть следующие вопросы: Ценовая политика предприятия, конкуренция и сбыт Особенности конкуренции на мировых товарных рынках. Цели предприятия в процессе ценообразования. Основные направления ценовой политики предприятия в условиях рынка. Предварительная оценка и выбор ценовых стратегий предприятий. Цена товара, как один из параметров воздействия на сбыт. Методы исследования потребительского спроса и определения равновесных цен. Влияние внешних факторов на ценовую политику предприятия.

устный опрос , 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 4. Методические подходы определения цен, используемые на предприятии

устный опрос , 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. Подготовить реферат по следующим темам: Методические подходы определения цен, используемые на предприятии Выбор метода ценообразования. Принятие основных решений. Группы информации, которые можно выделить для принятия решения по ценам. Методические приемы определения цен. Основные условия применения затратного метода ценообразования. Другие методы и их отличие от затратного. Прием максимального срока окупаемости. Прием максимально учитывающий условия производства и реализации продукции. Методы фиксации цен в договорах. Достоинства и недостатки фиксированных цен. Элементы цены, используемые для определения коэффициента торможения. Цена, возмещающая фактические затраты. Цена и конкурентоспособность продукции. Факторы, влияющие на конкурентоспособность товара. Товар, являющийся абсолютно конкурентоспособным. Качество и конкурентоспособность товара. Цены в сфере обмена на товары и услуги. Установление окончательной цены. Ценообразование на новый продукт. Ценовая дискриминация. Определение оптимального уровня цен. Методы внесения коммерческих поправок. Методы определения базовой цены. Как правильно рассчитать процент наценки и уценки?

Тема 5. Зарубежный опыт ценообразования

письменная работа , примерные вопросы:

Дать письменные ответы на следующие вопросы: Зарубежный опыт ценообразования
Теоретические модели цен: А. Маршалл и его микроэкономическая теория ценообразования. Д.М. Кейнс: теория денег и обращения. Предельные и полные издержки как основа цен в теории ценообразования. Реформы цен в зарубежных странах. Реформы оптовых, закупочных и розничных цен. Практика ценообразования в странах Восточной Европы. Структурные перестройки и изменение ценовых пропорций в экономике стран США, Японии и странах Западной Европы

устный опрос , примерные вопросы:

1. Мировые цены, определение, виды. 2. Дать определение мирового рынка и международной торговли. 3. Инструменты торговой политики, используемые государством в регулировании внешнеторговых отношений. 4. Контрактная внешнеторговая цена, порядок ее расчета, особенности формирования. 5. Организация промежуточного и итогового контроля знаний

Тема 6. Основные направления совершенствования ценообразования и ценовой

контрольная работа , примерные вопросы:

Рассмотреть и изложить письменно следующие вопросы: 1. Прогноз цен в условиях инфляции. 2. Ценовая политика в условиях кризиса производства .3. Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей.

устный опрос , примерные вопросы:

1.Как формируются цены в условиях рыночной экономики? 2.Основные направления совершенствования ценообразования и ценовой политики. 3. Прогноз цен в условиях инфляции. 4. Ценовая политика в условиях кризиса производства.5. Ценовая тактика или корректировка цен для достижения генеральных целей.6. Реакции предприятия на ценовые изменения у конкурентов. рыночное страхование цен. 7. Новое в ценообразовании на продукцию машиностроения.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

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 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 состоянии 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.

Вопросы к зачету по дисциплине "Цены и ценообразование"

1. Цена как экономическая категория
2. Формирование рыночной стоимости и цены
3. НДС как элемент цены. Сущность НДС
4. Классификация затрат в зависимости от способа их включения в себестоимость продукции
5. Функции цен
6. Взаимодействие цены, спроса и предложения
7. Себестоимость как основной элемент цены
8. Регулирование цен в странах с развитой рыночной экономикой
9. Факторы, оказывающие влияние на формирование цен
10. Методы ценообразования: содержание, достоинства, недостатки, сфера применения
11. Структура свободных розничных цен. Порядок их расчета на товары отечественного производства
12. Система цен и их классификация в РФ
13. Классификация цен мирового рынка
14. Понятие "франкирование цен", виды цен "франко"
15. Особенности установления свободных цен в РФ. Виды свободных цен. Элементы цены.
16. Таможенные пошлины как элемент цены: понятие, сущность, порядок установления
17. Акциз как элемент цены: понятие, сущность, порядок расчета
18. Роль прибыли в формировании цен
19. Понятие цены в биржевой торговле
20. Ценообразование на различных типах рынков
21. Цены внешнеэкономических сделок
22. Методы государственного регулирования цен в РФ
23. Сущность цен справочных, прейскурантов, каталогов, проспектов
24. Надбавки к свободным ценам: сущность, виды, формирование, сфера, практика установления
25. Цены предложения и международных товарных аукционов
26. Цены мирового товарного рынка
27. Понятия мирового товарного рынка и мировой цены
28. Понятие цены контракта и ее определение. Контракт купли-продажи
29. Механизм взаимосвязи между ценой, объемом реализации и прибылью
30. Методы определения таможенной стоимости товара
31. Порядок формирования цен на импортные и экспортные товары
32. Взаимодействие цен и инфляции в современных условиях
33. Взаимосвязь цен и кредита как стоимостных категорий
34. Установление цен при различных формах сбытовой политики
35. Влияние монополии на уровень и динамику цен

- 36 Ценообразование во внешнеэкономической деятельности предприятия
- 37 Цены на информационные услуги и нематериальные активы
- 38 Роль России в формировании мировых цен на важнейшие товары
- 39 Роль цен в решении экономических проблем на макро- и микроуровнях, а также социальных проблем
- 40 Формирование цен на бытовые услуги и услуги ЖКХ
- 41 Мировые цены на продукцию ТЭК
- 42 Законодательное регулирование ценообразования в РФ
- 43 Формирование цен на услуги транспорта и связи
- 44 Особенности цен на экспортные товары и их отличие от внутренних цен РФ
- 45 Полезность товара как основа его оценки покупателем
- 46 Механизм определения общей экономической ценности товара
- 47 Необходимая информация, используемая до и после установления цен
- 48 Закономерности и факторы формирования мировых цен
- 49 Проблемы ценообразования в современной экономике РФ. Демпинговые цены
- 50 Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.

Оценка результатов работы студентов в балльно-рейтинговой системе

◆ п/п/ баллы %

- 1. Текущая аудиторная работа, в том числе 50 50
- 1.1. Контрольная работа (точка) 25 25
- 2 Самостоятельная работа 25 25
- 3 Зачет 50 50
- 4 Общая сумма баллов 100 100

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.mail.ru

поисковые системы: - www.google

поисковые системы: - www.rambler.ru

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Ценообразование" 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 38.03.02 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент организации .

Автор(ы):

Хаметова Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Каленская Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.