

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



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по образовательной деятельности КФУ

Проф. Таюрский Д.А.


КАЗАНСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ДЕПАРТАМЕНТ
ОБРАЗОВАНИЯ
(ДО КФУ)

_____ 20__ г.

подписано электронно-цифровой подписью

Программа дисциплины
Ценообразование и оценка услуг БЗ.ДВ.4

Направление подготовки: 080200.62 - Менеджмент

Профиль подготовки: Менеджмент сферы услуг

Квалификация выпускника: бакалавр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Хаметова Н.Г.

Рецензент(ы):

-

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Каленская Н. В.

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

Учебно-методическая комиссия Института управления, экономики и финансов (отделение менеджмента):

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

Регистрационный No 81081016

Казань
2016

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 Отделение менеджмента, NGHametova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

является ознакомление студентов с основами ценообразования и оценочной деятельности, освоение базовых понятий, умения анализировать информацию, обучение методологическим основам формирования цен (стоимости) и формирования у обучающихся навыков принятия решений.

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

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б3.ДВ.4 Профессиональный" основной образовательной программы 080200.62 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 написания и защиты ВКР.

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

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОК-11 (общекультурные компетенции)	умением критически оценивать личные достоинства и недостатки
ОК-7 (общекультурные компетенции)	готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе
ОК-9 (общекультурные компетенции)	умение использовать нормативные правовые документы в своей деятельности
ПК-10 (профессиональные компетенции)	способностью участвовать в разработке маркетинговой стратегии организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию
ПК-8 (профессиональные компетенции)	способностью оценивать условия и последствия принимаемых организационно- управленческих решений
ПК-18 (профессиональные компетенции)	владеть методами принятия стратегических, тактических и оперативных решений управления операционной(производственной) деятельностью организаций
ПК-19 (профессиональные компетенции)	способностью планировать операционную (производственной) деятельностью организаций

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- законодательные и правовые акты по ценообразованию и оценочной деятельности;
 - руководящие и методические материалы по ценообразованию и оценочной деятельности;
 - передовой отечественный и зарубежный опыт в области ценообразования и оценочной деятельности;
 - понятие цены, стоимости, ценности; сущность ценовой политики, оценочной деятельности;
 - эффекты ценовой политики и направления использования оценки бизнеса (предприятия) и его активов;
 - факторы, влияющие на цену продукции (услуги), предприятия или его имущества;
 - принципы, подходы и методы оценки стоимости активов и организаций;
 - понимать долгосрочные и краткосрочные изменения цен;
 - психологию поведения покупателей относительно цен.
2. должен уметь:
- ставить цели и формулировать задачи, связанные с ценовой политикой предприятия;
 - анализировать внешнюю и внутреннюю среду, оценивать ее влияние на ценовую политику предприятия;
 - анализировать организационную структуру и разрабатывать предложения по совершенствованию ценового менеджмента;
 - использовать информацию, полученную в результате маркетинговых исследований при формировании цены продукции (услуги), предприятия или его имущества;
 - калькулировать и анализировать себестоимость продукции и принимать обоснованные решения при формировании цен;
 - ставить и решать задачи операционного ценового маркетинга и определять стоимость (цену) предприятия или его активов в случае купли-продажи.
 - принимать обоснованные и эффективные решения в области ценообразования и бизнеса в целом;
 - осуществлять дифференциацию цен, оценивать степень конкуренции в отрасли, регулировать аспекты ценовой политики.
3. должен владеть:
- методологией экономического исследования;
 - методами формирования цен, продукции (услуги), предприятия или его имущества;
 - методами разработки системы продвижения цен;

- методами управления цен (по уровням управления, дифференциацией цен и изменением 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 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. Цели и эффекты политики цен предприятия	7	1-2	2	4	0	устный опрос
2.	Тема 2. Уровни управления ценами, психологические аспекты ценового поведения покупателей и методы ценообразования	7	3-5	6	6	0	устный опрос
3.	Тема 3. Дифференциация и изменение цен	7	6-8	6	6	0	тестирование устный опрос
4.	Тема 4. Подходы и методы оценки стоимости бизнеса	7	9-12	4	8	0	устный опрос контрольная работа тестирование
	Тема . Итоговая форма контроля	7		0	0	0	зачет
	Итого			18	24	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Цели и эффекты политики цен предприятия

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Предмет и место дисциплины. Ценообразование и оценка бизнеса в системе образования маркетолога. Сущность цены, ценность продукта (услуги). Факторы, влияющие на восприятие покупателями ценности продукта. Цена как инструмент маркетинга. Ценовая политика предприятия: роль, виды, область решений. Система целей и эффекты ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии Тип рынка продукта, затраты, реакция покупателей на цену, налоги, инфляция, валютный курс, тип предприятия, характер продукта. Жизненный цикл продукта. Государственное регулирование цен.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Предмет и место дисциплины. Ценообразование и оценка бизнеса в системе образования маркетолога. Сущность цены, ценность продукта (услуги). Факторы, влияющие на восприятие покупателями ценности продукта. Цена как инструмент маркетинга. Ценовая политика предприятия: роль, виды, область решений. Система целей и эффекты ценовой политики предприятия. Ценовые стратегии Тип рынка продукта, затраты, реакция покупателей на цену, налоги, инфляция, валютный курс, тип предприятия, характер продукта. Жизненный цикл продукта. Государственное регулирование цен.

Тема 2. Уровни управления ценами, психологические аспекты ценового поведения покупателей и методы ценообразования

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Три уровня управления ценами предприятием, взаимосвязь между ними. Управление ценами на уровне отрасли. Управление ценами на уровне товарно-рыночных стратегий. Управление ценами на уровне сделки. Модель ценового поведения покупателей. Ценовые эмоции покупателей и их измерители. Эффекты от хорошо организованного эмоционального маркетинга. Ценовой интерес покупателей: индикаторы, факторы. Ценовые знания покупателей: признаки, значение для проведения ценовой политики. Восприятие и оценка цен. Ценовые пороги, округление цен, фигура цены, ценовая оптика. Справочная (якорная) цена. Оценка качества продукта через цену. Ценовая удовлетворенность. Ценовая информационная система. Организация процессов ценообразования. Определение цен: на основе полных затрат, переменных затрат, суммы покрытия (валовой прибыли), структуры затрат по аналогичной группе продукции; с ориентацией на полезность; целевое ценообразование; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию; на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.

практическое занятие (6 часа(ов)):

Три уровня управления ценами предприятием, взаимосвязь между ними. Управление ценами на уровне отрасли. Управление ценами на уровне товарно-рыночных стратегий. Управление ценами на уровне сделки. Модель ценового поведения покупателей. Ценовые эмоции покупателей и их измерители. Эффекты от хорошо организованного эмоционального маркетинга. Ценовой интерес покупателей: индикаторы, факторы. Ценовые знания покупателей: признаки, значение для проведения ценовой политики. Восприятие и оценка цен. Ценовые пороги, округление цен, фигура цены, ценовая оптика. Справочная (якорная) цена. Оценка качества продукта через цену. Ценовая удовлетворенность. Ценовая информационная система. Организация процессов ценообразования. Определение цен: на основе полных затрат, переменных затрат, суммы покрытия (валовой прибыли), структуры затрат по аналогичной группе продукции; с ориентацией на полезность; целевое ценообразование; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию; на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.

Тема 3. Дифференциация и изменение цен

лекционное занятие (6 часа(ов)):

Рыночное сегментирование. Дифференциация цен. Связанное (пакетное) ценообразование. Нелинейное ценообразование. Политика ценовых линий. Ценообразование с учетом дополняемости и взаимозаменяемости продуктов. Изменение цен: определение, факторы, периодичность, эффекты. Долгосрочное изменение цен. Краткосрочное изменение цен. Влияние изменения цен (снижения, повышения) на прибыль и восприятие покупателей. Реакция конкурентов на изменение цен предприятием. Реакция предприятия на изменение цен конкурентами. Продвижение цен. Ценовые риски. Мероприятия по продвижению и сопровождению цен производителем

практическое занятие (6 часа(ов)):

Рыночное сегментирование. Дифференциация цен. Связанное (пакетное) ценообразование. Нелинейное ценообразование. Политика ценовых линий. Ценообразование с учетом дополняемости и взаимозаменяемости продуктов. Изменение цен: определение, факторы, периодичность, эффекты. Долгосрочное изменение цен. Краткосрочное изменение цен. Влияние изменения цен (снижения, повышения) на прибыль и восприятие покупателей. Реакция конкурентов на изменение цен предприятием. Реакция предприятия на изменение цен конкурентами. Продвижение цен. Ценовые риски. Мероприятия по продвижению и сопровождению цен производителем

Тема 4. Подходы и методы оценки стоимости бизнеса**лекционное занятие (4 часа(ов)):**

Бизнес как объект собственности и объект оценки. Стоимость (цена) предприятия и отдельных его активов. Виды стоимости. Международные и российские стандарты оценки. Принципы оценки. Цели и функции оценки. Прибыль. Денежный поток. Активы. Факторы, влияющие на величину стоимости предприятия (бизнеса). Доходный подход в оценке бизнеса. Метод дисконтирования будущих доходов. Учет факторов риска. Определение ставки дисконтирования. Метод капитализации дохода. Методы оценки сравнительного подхода: метод компании аналога, метод сделок, метод отраслевых коэффициентов. Расчет оценочных мультипликаторов. Характеристика ценовых мультипликаторов. Затратный подход в оценке бизнеса. Метод чистых активов. Формирование ценовой величины стоимости. Определение стоимости (цены) отдельных активов предприятия. Оценка недвижимого имущества. Расчет рыночной стоимости машин, оборудования и транспортных средств. Оценка нематериальных активов. Определение рыночной стоимости финансовых активов.

практическое занятие (8 часа(ов)):

Бизнес как объект собственности и объект оценки. Стоимость (цена) предприятия и отдельных его активов. Виды стоимости. Международные и российские стандарты оценки. Принципы оценки. Цели и функции оценки. Прибыль. Денежный поток. Активы. Факторы, влияющие на величину стоимости предприятия (бизнеса). Доходный подход в оценке бизнеса. Метод дисконтирования будущих доходов. Учет факторов риска. Определение ставки дисконтирования. Метод капитализации дохода. Методы оценки сравнительного подхода: метод компании аналога, метод сделок, метод отраслевых коэффициентов. Расчет оценочных мультипликаторов. Характеристика ценовых мультипликаторов. Затратный подход в оценке бизнеса. Метод чистых активов. Формирование ценовой величины стоимости. Определение стоимости (цены) отдельных активов предприятия. Оценка недвижимого имущества. Расчет рыночной стоимости машин, оборудования и транспортных средств. Оценка нематериальных активов. Определение рыночной стоимости финансовых активов.

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. Цели и эффекты политики цен предприятия	7	1-2	подготовка к устному опросу	16	устный опрос
2.	Тема 2. Уровни управления ценами, психологические аспекты ценового поведения покупателей и методы ценообразования	7	3-5	подготовка к устному опросу	16	устный опрос

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
3.	Тема 3. Дифференциация и изменение цен	7	6-8	подготовка к тестированию	8	тестирование
				подготовка к устному опросу	8	устный опрос
4.	Тема 4. Подходы и методы оценки стоимости бизнеса	7	9-12	подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
				подготовка к тестированию	6	тестирование
				подготовка к устному опросу	6	устный опрос
Итого					66	

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 и оценка услуг" 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 ценообразующих 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. Цели и эффекты политики цен предприятия

устный опрос , примерные вопросы:

-Предмет и место дисциплины. - Ценообразование и оценка бизнеса в системе образования маркетолога. -Сущность цены, ценность продукта (услуги). - Факторы, влияющие на восприятие покупателями ценности продукта -. Цена как инструмент маркетинга. - Ценовая политика предприятия: роль, виды, область решений -. Система целей и эффекты ценовой политики предприятия. - Ценовые стратегии. - Тип рынка продукта, затраты, реакция покупателей на цену, налоги, инфляция, валютный курс, тип предприятия, характер продукта. - Жизненный цикл продукта - Государственное регулирование цен.

Тема 2. Уровни управления ценами, психологические аспекты ценового поведения покупателей и методы ценообразования

устный опрос , примерные вопросы:

-Три уровня управления ценами предприятием, взаимосвязь между ними. - Управление ценами на уровне отрасли. - Управление ценами на уровне товарно-рыночных стратегий. - Управление ценами на уровне сделки. - Модель ценового поведения покупателей - Ценовые эмоции покупателей и их измерители. - Эффекты от хорошо организованного эмоционального маркетинга. - Ценовой интерес покупателей: индикаторы, факторы. - Ценовые знания покупателей: признаки, значение для проведения ценовой политики. Восприятие и оценка цен. - Ценовые пороги, округление цен, фигура цены, ценовая оптика. - Справочная (якорная) цена. - Оценка качества продукта через цену. - Ценовая удовлетворенность. Ценовая информационная система. - Организация процессов ценообразования. - Определение цен: на основе полных затрат, переменных затрат, суммы покрытия (валовой прибыли), структуры затрат по аналогичной группе продукции; с ориентацией на полезность; целевое ценообразование; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию; на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.

Тема 3. Дифференциация и изменение цен

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

-Рыночное сегментирование. - Дифференциация цен. - Связанное (пакетное) ценообразование. - Нелинейное ценообразование. - Политика ценовых линий. - Ценообразование с учетом дополняемости и взаимозаменяемости продуктов. - Изменение цен: определение, факторы, периодичность, эффекты. - Долгосрочное изменение цен. Краткосрочное изменение цен. - Влияние изменения цен (снижения, повышения) на прибыль и восприятие покупателей. - Реакция конкурентов на изменение цен предприятием. - Реакция предприятия на изменение цен конкурентами. - Продвижение цен. - Ценовые риски. - Мероприятия по продвижению и сопровождению цен производителем

Тема 4. Подходы и методы оценки стоимости бизнеса

контрольная работа , примерные вопросы:

тестирование , примерные вопросы:

устный опрос , примерные вопросы:

-Бизнес как объект собственности и объект оценки. - Стоимость (цена) предприятия и отдельных его активов. - Виды стоимости. - Международные и российские стандарты оценки. - Принципы оценки. -Цели и функции оценки. - Прибыль. - Денежный поток. - Активы. -Факторы, влияющие на величину стоимости предприятия (бизнеса). - Доходный подход в оценке бизнеса. Метод дисконтирования будущих доходов. - Учет факторов риска. Определение ставки дисконтирования. - Метод капитализации дохода. - Методы оценки сравнительного подхода: метод компании аналога, метод сделок, метод отраслевых коэффициентов. - Расчет оценочных мультипликаторов. -Характеристика ценовых мультипликаторов. - Затратный подход в оценке бизнеса. - Метод чистых активов. Формирование ценовой величины стоимости. -Определение стоимости (цены) отдельных активов предприятия. - Оценка недвижимого имущества. - Расчет рыночной стоимости машин, оборудования и транспортных средств. - Оценка нематериальных активов. - Определение рыночной стоимости финансовых активов.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к зачету:

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 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.

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.: ил.; 60x90 1/16. - (Профессиональное образование). (переплет) ISBN 978-5-91134-276-0, 2000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=153348>
2. Шуляк П.Н. ценообразование: Учебно-практическое пособие / П.Н. Шуляк. - 13-е издание., перераб. и доп.. - М.: Издательско-торговая корпорация "Дашков и К", 2012. - 196 с. // http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=3614&ln=ru&search_query=%D1%86%D0%B5%D0
3. Сарафанова Е. В. Ценообразование: Учеб. пособие / Е.В. Сарафанова. - 2-е изд. - М.: ИД РИОР, 2009. - 70 с.: 70x100 1/32. - (Карманное учебное пособие). (обложка, карм. формат) ISBN 978-5-369-00355-8, 3000 экз. // <http://znanium.com/bookread.php?book=179733>

7.2. Дополнительная литература:

1. Клинов В.Г. Мировые товарные рынки и цены : учебник / В.Г. Клинов, Л.С. Ревенко, Т.И. Ружинская ; Моск. гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) МИД России, каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкономич. связей ; под ред. Л.С. Ревенко. - М. : МГИМО Университет, 2012. - 500 с. (Учебники МГИМО/У). //

http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7256&ln=ru&search_query=%D1%86%D0%B5%D0%

2. Наумов В.В. Ценообразование в сфере государственных закупок: Учеб. пособие / РЭА им. Г.В. Плеханова; Под ред. В.В. Наумова. - М.: ИНФРА-М, 2010. - 317 с.: 60x90 1/16. - (Высшее образование). (переплет) ISBN 978-5-16-003884-1, 500 экз. //

<http://znanium.com/bookread.php?book=184559>

3. 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/bookread.php?book=404389>

7.3. Интернет-ресурсы:

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 все - ru.wikipedia.org

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 все - www.consultant.ru

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 все - www.garant.ru

поисковые системы - [www. google](http://www.google)

поисковые системы - [www. mail.ru](http://www.mail.ru)

поисковые системы - www.rambler.ru

поисковые системы - [www. yandex.ru](http://www.yandex.ru)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Ценообразование и оценка услуг" 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.

Лингафонный кабинет, представляющий собой универсальный лингафонно-программный комплекс на базе компьютерного класса, состоящий из рабочего места преподавателя (стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Tutor, головная гарнитура), и не менее 12 рабочих мест студентов (специальный стол, стул, монитор, персональный компьютер с программным обеспечением SANAKO Study Student, головная гарнитура), сетевого коммутатора для структурированной кабельной системы кабинета.

Лингафонный кабинет представляет собой комплекс мультимедийного оборудования и программного обеспечения для обучения иностранным языкам, включающий программное обеспечение управления классом и SANAKO Study 1200, которые дают возможность использования в учебном процессе интерактивные технологии обучения с использованием современных мультимедийных средств, ресурсов Интернета.

Программный комплекс SANAKO Study 1200 дает возможность инновационного ведения учебного процесса, он предлагает широкий спектр видов деятельности (заданий), поддерживающих как практики слушания, так и тренинги речевой активности: практика чтения, прослушивание, следование образцу, обсуждение, круглый стол, использование Интернета, самообучение, тестирование. Преподаватель является центральной фигурой процесса обучения. Ему предоставляются инструменты управления классом. Он также может использовать многочисленные методы оценки достижений учащихся и следить за их динамикой. SANAKO Study 1200 предоставляет учащимся наилучшие возможности для выполнения речевых упражнений и заданий, основанных на текстах, аудио- и видеоматериалах. Вся аудитория может быть разделена на подгруппы. Это позволяет организовать отдельную траекторию обучения для каждой подгруппы. Учащиеся могут работать самостоятельно, в автономном режиме, при этом преподаватель может контролировать их действия. В состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль Examination Module - модуль создания и управления тестами для проверки конкретных навыков и способностей учащегося. Гибкость данного модуля позволяет преподавателям легко варьировать типы вопросов в тесте и редактировать существующие тесты.

Также в состав программного комплекса SANAKO Study 1200 также входит модуль обратной связи, с помощью которых можно в процессе занятия провести экспресс-опрос аудитории без подготовки большого теста, а также узнать мнение аудитории по какой-либо теме.

Каждый компьютер лингафонного класса имеет широкополосный доступ к сети Интернет, лицензионное программное обеспечение. Все универсальные лингафонно-программные комплексы подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

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 "КнигаФонд", доступ к которой предоставлен студентам. Электронно-библиотечная система "КнигаФонд" реализует легальное хранение, распространение и защиту цифрового контента учебно-методической литературы для вузов с условием обязательного соблюдения авторских и смежных прав. КнигаФонд обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям новых ФГОС ВПО.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 080200.62 "Менеджмент" и профилю подготовки Менеджмент сферы услуг .

Автор(ы):

Хаметова Н.Г. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

"__" _____ 201__ г.