

Дисциплина (Модуль)	Управление ценообразованием				
Содержание	Цена как экономическая категория. Становление рыночного ценообразования в РФ». Эволюция теоретических подходов к концептуальной сущности цены. Определение цены, функции цены. Роль цен в микро- и макроэкономике. Цена как важнейший элемент управления экономикой. Цены в различных экономических системах. Система цен России. Классификации и виды цен. Особенности формирования и механизм взаимодействия различных видов цен. Структура цены, ее основные составляющие элементы. Факторы, определяющие уровень и динамику цен в условиях рыночной и переходной экономики. Методы ценообразования в развитых странах и в России. Ценовая стратегия фирмы. Оперативная ценовая корректировка. Принятие решений по ценообразованию: основные факторы, влияющие на решения по ценообразованию.				
Реализуемые компетенции	ОК-3,ОПК-2, ОПК-3, ОПК-6,ПК-1, ПК-2, ПК-5, ПК-10				
Результат освоения дисциплины	<p>В результате освоения дисциплины обучающийся должен:</p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • сущность, значение и роль цены в макро-и микроэкономике; • понятие системы цен, классификацию цен по различным признакам, сферы применения различных видов цен; • особенности формирования и механизм взаимодействия различных видов цен; • элементы цены и составляющие его компоненты; • экономическое содержание и методы расчета элементов цены; • калькуляцию себестоимости с полным распределением затрат для ценообразования; • показатели прибыли и рентабельности; • косвенные налоги в цене, их назначение, структура и способ включения в цену; • факторы, определяющие уровень и динамику цен; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • применять различных видов цен в разных сферах; • формировать ценовую стратегию фирмы; • применять основные подходы к формированию ценовой стратегии фирмы; • корректировать базовые цены с учетом задач, стоящих перед фирмой; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методами ценообразования на базе издержек производства; • методами ценообразования, ориентированными на учет условий конкуренции; • методами ценообразования, ориентированными на учет условий спроса или на возможности потребителей; • ценовыми приемами стимулирования продаж; • инструментами оперативного воздействия на цены. 				
Трудоемкость, з.е.	2 ЗЕТ (72 ч)				
Объем занятий, часов	Всего	Лекций	Практических (семинарских)	Лабораторных занятий	Самостоятельная работа

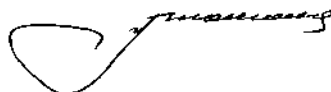
			занятий		
	72	17	17	-	38
	В том числе в интерактивной форме	8	6	-	
Форма самостоятельной работы студентов	Самостоятельная подготовка к темам практических занятий; подготовка докладов, рефератов, самостоятельное решение ситуационных задач, подбор и изучение литературных источников, работа с периодической печатью, оформление мультимедийных презентаций учебных разделов и тем, слайдового сопровождения докладов и т.д.				
Формы отчетности (в том числе по семестрам)	Зачет - 7 семестр				

Зав. кафедрой



А.М. Эсегова

Декан



Н.М. Гасанова