

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б3.В.ДВ.9 Основы теории ценового поведения предприятия на рынке

Семестр: 7

Количество часов: 108

Количество зачетных единиц: 3

Промежуточная аттестация: зачет

Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы теории ценового поведения предприятия на рынке» относится к блоку дисциплин по выбору по направлению подготовки 38.03.01 Экономика профиль «Экономика предприятий и организаций» и её изучение основано на взаимосвязи с дисциплиной «Ценообразование».

Цель и задачи освоения дисциплины: Формирование у будущих специалистов системы устойчивых профессиональных знаний, умений в области анализа факторов ценообразования, моделях рынков и рыночной конкуренции, влияющих на формирование ценовой политики и поведение различных рыночных субъектов.

Задачи:

– дать студентам необходимые теоретические и практические знания о целевой стратегии, ценовой политике и ценовой тактике организации в конкурентной среде;

– научить использовать принципы ценового поведения рыночных субъектов;

– использовать методики формирования цен.

Содержание дисциплины: Значение ценовой политики для организации. Содержание ценовой политики. Стратегическое направление и ценовая политика организации. Модели принятия стратегических решений. Факторы конкуренции в соответствии с моделью отрасли.

Влияние потенциальных конкурентов, поставщиков, покупателей. Влияние товаров-заменителей.

Содержание процесса управления ценовой политикой организации: цели, инструменты, организационные решения. Принципы ценовой политики.

Этапы процесса управления ценовой политикой организации. Организация процессов управления ценовой политикой. Содержание процесса. Формы процесса.

Ответственные подразделения. Стратегический бизнес политики цен. Выбор стратегической цели ценовой политики.

Виды и условия применения ценовых стратегий. Дифференцированный подход к ценовой стратегии. Современные тенденции ценовой политики. Система условий и факторов ценовой политики. Внешние условия и факторы ценовой политики. Внутренние условия и факторы ценовой политики.

Формы анализа рыночных цен. Цена и полезность. Цена и эффективность потребителя.

Теории потребительского поведения. Процессы деятельности (промакции).

Процессы познания. Установки и намерения потребителя, обусловленные ценами. Потребительское ценовое ощущение. Потребительский интерес к ценам. Ценовое сегментирование потребителя. Восприятие цены, формирование знания и суждения о ценах. Относительные пороги цены. Референтная цена.

Установка и намерения потребителя и их влияние на тип поведения потребителя при современном уровне цен, абсолютном верхнем пределе и абсолютно нижнем пороге цены. Ценовые предпочтения потребителей. Ценовой имидж организации, стратегии и инструменты управления ценовым имиджем. Структура и формы отраслевых рынков. Сущность функции «цена-сбыт» и ее зависимость от формы рынка. Ценовая эластичность сбыта. Формы зависимости сбыта от изменения цен. Линейная, степенная синусоидально-гиперболическая, логистическая функции сбыта. Функция Е. Гуттенберга.

Цена, различные функции издержек и прибыли. Факторы оперативных ценовых изменений. Приспособление цен к конъюнктурным колебаниям. Конкурентоспособные ценовые реакции. Оперативные изменения цен через систему скидок. Влияние изменения цен на прибыль и восприятие покупателей.

Факторы, влияющие на цену нового товара. Система цен при выводе инноваций на рынок. Стратегии внедрения инноваций на рынок. Степень инновационности и ее влияние на цены.

Методы ценообразования на новую продукцию. Процессы электронной торговли. Особенности ценообразования в электронной торговле. Дифференциация цен на товары в WEB-системе. Ценовое поведение покупателей при использовании сети Интернет.

В результате освоения учебной дисциплины обучающийся должен обладать следующими основными общекультурными (ОК) и профессиональными (ПК) компетенциями:

ПК-1: способность подготавливать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов (знать законодательные и нормативные акты, регулирующие ценообразование; основы построения, расчета и анализа современной системы экономических и финансовых показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов на микро- и макроуровне ; уметь рассчитывать на основе типовых методик и действующей нормативно-правовой базы экономические и социально-экономические показатели деятельности хозяйствующих субъектов; владеть навыками управления ценовой политикой предприятия).

ПК-10: способность использовать для решения аналитических и исследовательских задач современные технические средства и информационные

технологии (знать современные модели и методы формирования цен в рыночных условиях; уметь осуществлять сбор, анализ и обработку данных, необходимых для решения поставленных экономических задач; владеть навыками современных методов сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных).

Образовательные технологии: В преподавании дисциплины «Основы теории ценового поведения предприятия на рынке» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях.

Практические занятия ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления аналитической и профессиональной деятельности с применением интерактивных форм обучения (решение кейсов и ситуационных задач, подготовка презентаций и др.).

Составитель: Т.И. Белоусова, кафедра экономики