

# АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Ценообразование

**Семестр: 7**

**Количество часов: 108**

**Количество зачетных единиц: 3**

**Промежуточная аттестация: зачет**

**Место дисциплины в структуре ООП:**

Дисциплина «Ценообразование» относится к дисциплинам по выбору вариативной части профессионального цикла учебного плана подготовки бакалавров по направлению подготовки 38.03.07 основной образовательной программы направления Товароведение направленность (профиль): «Товароведение и экспертиза товаров во внутренней и внешней торговле».

Изучение дисциплины базируется на знаниях и умениях, полученных при изучении дисциплин: «Экономика», «Экономика предприятия». Освоение дисциплины необходимо как предшествующее при изучении следующих дисциплин: «Таможенное регулирование внешнеэкономической деятельности».

## **Цель и задачи освоения дисциплины:**

Целью освоения дисциплины «Ценообразование» является формирование у обучающихся теоретических знаний, практических умений и навыков в области основ рыночного ценообразования, ценовой стратегии и эффективной ценовой политики, механизма формирования цен в рыночных условиях.

Освоение дисциплины способствует подготовке выпускника к решению следующих задач профессиональной деятельности

в области расчетно-экономической деятельности:

– изучение основ рыночного ценообразования; – понимание механизмов формирования цен в рыночных условиях;

– овладение практическими методами ценообразования; – приобретение навыков использования изученных методов при формировании цен;

– понимание сущности профессиональной деятельности специалиста.

**Содержание дисциплины:** Предмет дисциплины «Ценообразование». Структура дисциплины и ее задачи, взаимосвязь с другими науками и учебными дисциплинами. Использование специалиста-ми современных моделей и методов ценообразования и управления ценами с целью повышения экономической эффективности, конкурентоспособности предприятий в рыночных условиях. Цена как экономическая категория товарного производства. Роль цены в условиях рынка. Закон стоимости и цена, их сущность и взаимосвязь. Понятие рыночной стоимости товара. Антизатратный механизм формирования рыночной цены. Функции цены. Необходимые условия рыночного ценообразования. Механизм формирования цен в условиях рынка. Взаимодействие цены, спроса и предложения. Понятие эластичности. Методика

количественной оценки изменения спроса и предложения от цены товара. Ценовая эластичность и ее использование для принятия решения по ценам. Влияние изменения цен на доход – выручку предприятия. Ценообразующие факторы. Факторы спроса. Функция спроса. Полезность товара как фактор формирования цены. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен. Факторы потребительского выбора. Факторы предложения. Издержки производства. Факторы, обусловленные альтернативными производственными возможностями. Неценовые факторы предложения. Ценовая и неценовая конкуренция. Специфика формирования цен предприятия на различных типах рынков. Рынок свободной (чистой или совершенной) конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции. Конкурентная реактивность рынка: монополия, олигополия. Индекс Харфиндела–Хиршмана. Система цен в рыночной экономике. Классификация цен. Источники информации о ценах. Цена как элемент маркетинга. Этапы процесса ценообразования. Выбор цели предпринимательской деятельности при формировании цены. Ценовая политика и ценовая стратегия фирмы. Этапы разработки ценовой стратегии и выбор ее типа. Методология ценообразования. Структура цены. Методы расчета цен. Затратный и ценностный подход к ценообразованию. Методы установления цены товара на основе издержек производства. Определение оптимального и минимального уровня цены. Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Формирование цен с ориентацией на спрос. Формирование цен с учетом конкуренции. Установление цен на товары на основе уровня текущих цен и закрытых торгов. Нормативно-параметрические методы в ценообразовании. Методы регрессионного анализа. Агрегатный метод сравнения и формирования цены. Балльный метод сопоставления цен. Методы экспертной оценки. Особенности установления цен на новые товары. Установление окончательной цены. Ценообразование в условиях инфляции. Методы регулирования в ценообразовании. Основные формы государственного воздействия на цены. Методы количественной оценки мер государственного воздействия на условия формирования цен. Организация ценообразования. Государственные и местные органы ценообразования и контроля за ценами, их задачи и функции. Организация ценообразования в потребительской кооперации. Понятие, виды оптовых цен и их структура. Свободные и регулируемые оптовые цены. Особенности формирования отпускных цен на продукцию промышленных предприятий. Себестоимость продукции и методы ее калькулирования. Калькулирование усеченной себестоимости и влияние системы «директ-костинг» на эффективность ценовой политики предприятия. Регулирование цен и результатов деятельности предприятий с использованием маржинального дохода и маржинальной себестоимости. Налог на добавленную стоимость и акцизы как элементы цены. Методика их расчета при обосновании отпускных цен. Особенности формирования отпускных цен на продукцию

предприятий потребительской кооперации. Оптово- отпускные цены и порядок их формирования. Оптовые надбавки. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы. Наценки и их влияние на уровень оптовых цен. Экономическое обоснование оптовых надбавок и скидок. Определение торговой маржи, ее использование для принятия решений по оптовым ценам и оптимизации товарного ассортимента оптовых организаций. Понятие розничной цены, ее роль и сфера применения. Виды розничных цен и их структура. Особенности ценообразования в розничной торговле. Ценовая политика и ценовая стратегия предприятий розничной торговли в рыночных условиях. Торговые надбавки и скидки. Методические подходы к обоснованию торговых надбавок. Понятие издержкостности товара, методика определения норм издержкостности и их учет при обосновании торговых надбавок по товарным группам. Расчет торговой маржи для повышения эффективности ценовой политики и оптимизации товарного ассортимента предприятий розничной торговли. Использование метода обратной калькуляции при формировании розничных цен. Понятие «порог рентабельности» и методические подходы к его определению для торговых предприятий. Особенности формирования розничных цен в потребительской кооперации. Понятие и виды коммерческих сделок. Этапы проведения коммерческих сделок. Методика оценки эффективности коммерческих сделок. Факторы эффективности коммерческих сделок и методика их расчета. Особенности формирования цен на экспортные и импортные товары. Роль таможенных органов в регулировании цен на товары зарубежного производства и экспортируемые товары. Система цен на импортные товары и их структура. Виды контрактных цен. Оптовая цена внешнеторговой сделки. Оптово-отпускная цена. Розничная цена. Таможенная стоимость товара и методы ее определения. Система и порядок расчетов таможенных платежей. Адвалорные, специфические и комбинированные таможенные пошлины. Таможенные сборы и платежи. Налог на добавленную стоимость и акцизы как элементы цены на импортные товары. Обоснование оптовой цены внешнеторговой сделки и оптово-отпускной цены оптовой организации. Коммерческие поправки на экспортные и импортные товары. Оценка эффективности внешнеторговых сделок. Система цен на сельскохозяйственную продукцию и сырье. Закупочные цены. Особенности ценообразования на продукцию сельского хозяйства. Структура закупочной цены. Формирование ценового механизма на сельскохозяйственную продукцию в рыночных условиях. Свободные, договорные и регулируемые цены. Гарантированные (защитные) и залоговые цены. Оптово-отпускные цены заготовительных организаций на сельскохозяйственные продукты и сырье. Методика их расчета. Розничные цены на сельскохозяйственные продукты, реализуемые в городской кооперативной торговле. Обоснование приемных цен

горкоопторгов и заготовительно-сбытовых баз на сельскохозяйственные продукты и сырье.

**В результате освоения учебной дисциплины обучающийся** должен обладать следующей профессиональной (ПК) компетенцией: ПК-10 - способность выявлять ценообразующие характеристики товаров на основе анализа потребительских свойств для оценки их рыночной стоимости. Знания (З): основы ценообразования в рыночной экономике. Умения (У): рассчитывать цену на товары на основе анализа потребительских свойств. Навыки /опыт деятельности (Н/О): применения методов и методик ценообразования товаров на основе анализа потребительских свойств.

**Образовательные технологии:** В преподавании дисциплины «Ценообразование» применяются разнообразные интерактивные образовательные технологии в зависимости от вида и цели учебного занятия. Теоретический материал излагается на лекционных занятиях. Лабораторные 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 (блиц опрос, подготовка презентаций, таблица инсерт и др.).

Составитель: кафедра экономики.