

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг

| | Форма получения высшего образования | | |
|---|-------------------------------------|-----------|---------------------|
| | Очная (дневная) | Заочная | Заочная сокращенная |
| Курс | 3 | 3 | 3 |
| Семестр | 6 | 6 | 5 |
| Лекции, часы | 34 | 8 | 6 |
| Практические занятия, часы | 16 | 4 | 4 |
| Экзамен, семестр | 6 | 6 | 5 |
| Аудиторных часов по учебной дисциплине | 50 | 14 | 12 |
| Аудиторная контрольная работа (семестр, часы) | - | 6/2 | 5/2 |
| Самостоятельная работа, часы | 84 | 120 | 122 |
| Всего часов / зач. ед. | 134 / 3,5 | 134 / 3,5 | 134 / 3,5 |

1. Краткое содержание учебной дисциплины: Теоретические основы цены и ценообразования. Основы формирования ценовой политики. Основы формирования ценовой стратегии. Основы формирования ценовой тактики.

2. Результаты обучения: обучающийся должен

знать: инструменты ценовой политики организации; динамический подход к процессу ценообразования с учетом изменяющихся фаз развития рынка и самого продаваемого продукта;
уметь: проводить анализ рыночной ситуации с целью разработки ценовой политики; определять спрос и эластичность спроса; проводить анализ цен конкурентов; экономически обосновывать и формировать цены с использованием различных методов ценообразования; разрабатывать эффективные ценовые стратегии; экономически обосновывать систему скидок на предприятии;
владеть: программно-инструментальными средствами расчета и оптимизации цен на продукцию или услуги.

3. Формируемые компетенции: АК-1 - уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач; АК-2 - владеть системным и сравнительным анализом; АК-3 - владеть исследовательскими навыками; АК-4 - уметь работать самостоятельно; АК-5 - быть способным порождать новые идеи (обладать креативностью); АК-6 - владеть междисциплинарным подходом при решении проблем; АК-8 - обладать навыками устной и письменной коммуникации; АК-9 - уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни; АК-10 - использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности; АК-13 - ориентироваться в базовых положениях экономической теории, применять их с учетом рыночной экономики. АК – 14 - на научной основе организовывать свой труд, самостоятельно оценивать результаты своей деятельности; СЛК-1- обладать качествами гражданственности; СЛК-2- быть способным к социальному взаимодействию; СЛК-3- обладать способностью к межличностным коммуникациям; СЛК-5 - быть способным к критике и самокритике; СЛК-6 - уметь работать в команде; ПК-1- осуществлять анализ рыночной ситуации и прогноз спроса с использованием математических и программных средств; ПК-2 - разрабатывать стратегию маркетинга (определение рынка и его сегментирование, выбор целевых сегментов, позиционирование и разработка комплекса маркетинга); ПК-3 - планировать номенклатуру и ассортимент выпускаемой продукции, осуществлять управление товарным знаком (брендом) с целью увеличения объемов продаж. ПК-4 - разрабатывать стратегии ценообразования, формы и модели цены, политику скидок.

4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: опрос. Текущая аттестация: экзамен.