

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

АННОТАЦИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ Специальность 1-28 01 02 – Электронный маркетинг

	Форма получения высшего образования	
	Очная (дневная)	Заочная
Курс	2	2
Семестр	4	4
Лекции, часы	34	6
Практические занятия, часы	16	4
Экзамен, семестр	4	4
Аудиторных часов по учебной дисциплине	50	12
Аудиторная контрольная работа (семестр, часы)	-	4/2
Самостоятельная работа, часы	58	96
Всего часов / зач. ед.	108 / 3	108 / 3

1. Краткое содержание учебной дисциплины: Цена как экономическая категория. Рыночное ценообразование: условия, факторы и особенности. Ценовая политика: сущность и содержание. Спрос как фактор ценовой политики. Издержки и их роль в формировании цены. Методы ценообразования. Ценность как фактор формирования цены. Ценовая стратегия: сущность, классификация, этапы разработки. Обоснование типа ценовой стратегии. Текущее изменение цен в условиях рынка. Скидки и их экономическое обоснование. Количественный и качественный анализ текущего изменения цен в условиях рынка.

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: методами расчета и оптимизации цен на продукцию или услуги.

3. Формируемые компетенции:

БПК-19 разрабатывать эффективную ценовую политику для достижения коммерческих и иных целей организации.

4. Требования и формы текущей и промежуточной аттестации

Используется модульно-рейтинговая система. Промежуточная аттестация: оценка работы на практических занятиях, рефераты. Текущая аттестация: экзамен.