

## 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.