

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра экономического управления организацией

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б.1.В.ОД.13 Ценообразование»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

38.03.01 Экономика

(код и наименование направления подготовки)

Экономика предприятий и организаций

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Тип образовательной программы

Программа академического бакалавриата

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Год набора 2017

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра экономического управления организацией

наименование кафедры

протокол № 31 от "24" 02 2017 г.

Заведующий кафедрой

Кафедра экономического управления организацией

Е.В. Смирнова

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Исполнители:

доцент кафедры

должность

подпись

подпись

Ведущий

расшифровка подписи

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

38.03.01 Экономика

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

Н.Н. Грицай

личная подпись

расшифровка подписи

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

№ регистрации 45685

© Фамилия И.О., 2017

© ОГУ, 2017

1203188

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков в области ценообразования на предприятии для принятия обоснованных управленческих решений.

Задачи:

- Знать понятийно-категорийный аппарат в сфере ценообразования на предприятии;
- знать цели и методы государственного регулирования цен, виды цен и методы ценообразования на промышленном предприятии, факторы ценообразования, этапы процесса ценообразования;
- уметь определять структуру цены, осуществлять выбор целей ценообразования, ценовых стратегий, тактических приемов;
- уметь определять цены с помощью различных методов ценообразования, разрабатывать ценовую политику предприятия;
- владеть методами ценообразования, приемами анализа данных, необходимых для решения задач в сфере ценообразования.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательным дисциплинам (модулям) вариативной части блока 1 «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б.1.Б.18 Маркетинг, Б.1.Б.22 Финансы, Б.1.В.ОД.1 Экономика организации, Б.1.В.ОД.8 Управление экономикой предприятия (организации)*

Постреквизиты дисциплины: *Б.2.В.П.3 Преддипломная практика*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций	Формируемые компетенции
Знать: - методы поиска, сбора, анализа исходных данных для расчета показателей в области ценообразования. Уметь: - собирать и анализировать материал для расчета цен различными методами и других показателей в сфере ценообразования, осуществляемого хозяйствующем субъектом. Владеть: - способами сбора, анализа данных, необходимых для решения задач в сфере ценообразования, осуществляемого хозяйствующим субъектом.	ПК-1 способностью собирать и проанализировать исходные данные, необходимые для расчета экономических и социально-экономических показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц (108 академических часов).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Общая трудоёмкость	108	108

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	7 семестр	всего
Контактная работа:	34,25	34,25
Лекции (Л)	18	18
Практические занятия (ПЗ)	16	16
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение индивидуального творческого задания (ИТЗ); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий); - подготовка к практическим занятиям; - подготовка к рубежному контролю)	73,75	73,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	диф. зач.	

Разделы дисциплины, изучаемые в 7 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Цена как экономическая категория рынка	14	2	2	-	10
2	Процесс ценообразования и ценовая политика предприятия	14	2	2	-	10
3	Цели и методы государственного регулирования цен	13	2	1	-	10
4	Система цен в экономике	20	4	4	-	12
5	Состав и структура цены	16	2	2	-	12
6	Методы ценообразования на предприятии	20	4	4	-	12
7	Стратегия и тактика ценообразования	11	2	1		8
	Итого:	108	18	16		74
	Всего:	108	18	16		74

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел 1. Цена как экономическая категория рынка.

Определение цены и ценообразования.

Теоретические концепции цены. Теория трудовой стоимости. Теория факторов производства. Теория предельной полезности. Теория спроса и предложения.

Принципы ценообразования. Принцип научной обоснованности цен. Принцип целевой направленности цен. Принцип непрерывности процесса ценообразования. Принцип единства процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен.

Подходы к ценообразованию. Затратный подход. Ценностной (рыночный) подход.

Функции цен. Учетная функция. Стимулирующая функция. Распределительная функция. Функция балансирования спроса и предложения. Функция цены как инструмента рационального размещения производства.

Раздел 2. Процесс ценообразования и ценовая политика предприятия.

Этапы процесса ценообразования. 1 Выявление факторов внешней среды, влияющих на уровень цен. 2 Выявление внутренних факторов. 3 Постановка целей ценообразования. 4 Выбор метода ценообразования. 5 Формирование ценовой стратегии предприятия. 6 Разработка тактики ценообразования. 7 Установление первоначальной цены на товар и услугу. 8 Рыночная корректировка цены. 9 Страхование цены от неблагоприятных внешних воздействий.

Факторы ценообразования. Внешние факторы: потребители, рыночная среда, участники каналов товародвижения, государство. Внутренние факторы.

Определение ценовой политики предприятия. Понятие ценовой политики в учебной литературе и Методических рекомендациях по реформе предприятий (организаций), утвержденных приказом Минэкономки России от 1 октября 1997 г. № 118. Цели ценовой политики. Инструменты ценовой политики: цели, инструменты, организационные решения.

Раздел 3. Цели и методы государственного регулирования цен.

Цели государственного регулирования цен. Основные цели и цели второго уровня.

Методы государственного регулирования цен. Методы прямого и косвенного государственного регулирования цен.

Методы прямого регулирования цен. Установление фиксированных цен Установление предельных цен. Установление предельного уровня рентабельности. Установление предельных размеров снабженческо-сбытовых надбавок и торговых наценок. Установление предельных коэффициентов изменения цен. Декларирование цен. Замораживание цен. Установление рекомендательных цен.

Методы косвенного регулирования цен: налогообложение, регулирование денежного обращения, оплата труда, кредитная политика, регулирование государственных расходов, установление норм амортизации.

Раздел 4. Система цен в экономике.

Показатели системы цен. Уровень цен. Показатели структура цен. Показатели динамики цен.

Классификация цен. Классификационные признаки: стадия товародвижения (характер обслуживаемого оборота); государственное воздействие; вид товара; способ установления, фиксации; способ получения информации об уровне цены; фактор времени; вид рынка; территория действия

Характеристика цен по стадиям движения товара. Отпускные (оптовые) цены. Цены закупки (продажные цены оптового посредника). Розничные цены.

Характеристика цен по способу распределения риска потерь от инфляции. Твердые (постоянные) цены. Подвижная цена. Скользящая цена.

Характеристика цен по способу получения информации об их уровне. Публикуемые (справочные) цены. Расчетные цены.

Характеристика цен по способу отражения фактора времени. Текущие цены. Относительные (сопоставимые) цены. Средние цены.

Раздел 5. Состав и структура цены.

Понятия состава и структуры цены. Элементы цены.

Себестоимость продукции в составе цены. Понятие себестоимости продукции. Виды себестоимости в зависимости от места возникновения затрат в хозяйственной деятельности предприятия.

Группировка затрат по элементам, калькуляционным статьям и другим признакам.

Расчёт точки безубыточности. Определение точки безубыточности, формула расчета, графическое изображение точки безубыточности.

Финансовый анализ решений в ценообразовании. Понятие точки отсчета. Формула расчёта безубыточности решений по изменению цен.

Раздел 6. Методы ценообразования на предприятии.

Затратные методы. Метод полных затрат. Метод структурной аналогии. Метод установления цены на основе анализа рентабельности инвестиций. Метод расчёта цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Метод прямых (предельных) затрат.

Параметрические методы. Метод удельных показателей. Метод балловых оценок. Метод регрессионного анализа.

Рыночные методы. Определение цен с ориентацией на ощущаемую потребителем ценностную значимость товара. Рыночный метод следования за лидером (ориентация на конкуренцию).

Раздел 7. Стратегия и тактика ценообразования.

Понятие стратегии ценообразования. Понятие стратегии ценообразования в учебной литературе и Методических рекомендациях по реформе предприятий (организаций), утвержденных приказом Минэкономки России от 1 октября 1997 г. № 118.

Этапы разработки ценовой стратегии. 1 Сбор исходной информации. 2 Стратегический анализ. 3 Принятие решения об окончательной стратегии ценообразования.

Основные стратегии ценообразования. Стратегия высоких цен (снятия сливок, премиального ценообразования). Стратегия средних цен (нейтральное ценообразование). Стратегия низких цен (стратегия ценового прорыва).

Понятие и содержание тактики ценообразования. Понятие тактики ценообразования. Группы тактических приемов ценообразования. Виды скидок. Психологические приемы тактики ценообразования.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1	Цена как экономическая категория рынка	2
2	2	Процесс ценообразования и ценовая политика предприятия	2
3	3	Цели и методы государственного регулирования цен	1
3	4	Система цен в экономике	1
4	4	Система цен в экономике	2
5	4	Система цен в экономике	1
5	5	Состав и структура цены	1
6	5	Состав и структура цены	1
6	6	Методы ценообразования на предприятии	1
7	6	Методы ценообразования на предприятии	2
8	6	Методы ценообразования на предприятии	1
8	7	Стратегия и тактика ценообразования	1
		Итого:	16

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1 Магомедов, М.Д. Ценообразование: Учебник / Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И., - 3-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2017. - 248 с. ISBN 978-5-394-02663-8 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/937490>

2 Ценообразование: учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2017. - 144 с. - ISBN 978-5-9776-0165-8 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/795839>.

5.2 Дополнительная литература

1 Карпов, С.В. Управление ценами: учебник / С.В. Карпов, В.Н. Русин, И.В. Рожков. - М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 236 с. - ISBN 978-5-9558-0432-3 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/503947>.

2 Косинова, Е.А. Ценообразование: теория и практика: учебное пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова; Ставропольский государственный аграрный университет. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ставрополь: АГРУС, 2012. – 160 с. - ISBN 978-5-9596-0728-9 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog/product/515051>.

5.3 Периодические издания

Аудит и финансовый анализ: журнал. - Москва : Агентство "Роспечать", 2017.
Вопросы экономики: журнал. - Москва : Агентство «Роспечать», 2017.
Маркетинг в России и за рубежом : журнал. - Москва : Финпресс, 2017.
Финансовый менеджмент: журнал. - Москва : Финпресс, 2017.

5.4 Интернет-ресурсы

rsl.ru – электронная библиотека РГБ

elibrary.ru - Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU

www.rba.ru – Российская библиотечная ассоциация

www.public.ru - Электронный архив и база данных СМИ для развития бизнеса

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы современных информационных технологий

1 Операционная система Microsoft Windows.

2 Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint, OneNote, Outlook, Publisher, Access).

3 Консультант Плюс [Электронный ресурс]: электронное периодическое издание справочная правовая система. / Разработчик ЗАО «Консультант Плюс», [1992–2017]. – Режим доступа к системе в сети ОГУ для установки системы: \\fileserver1\!CONSULT\cons.exe.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.