



**АВТОНОМНАЯ НЕКОММЕРЧЕСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ»
INSTITUTE OF INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS**

Принята на заседании
Учёного совета ИМЭС
(протокол от 27 марта 2025 г. № 8)

УТВЕРЖДАЮ
Ректор ИМЭС Ю.И. Богомолова
27 марта 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА

по направлению подготовки
38.03.06 Торговое дело

Направленность (профиль)
«Управление продажами»

Приложение 4
к основной профессиональной образовательной программе
по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело,
направленность (профиль) «Управление продажами»

Рабочая программа дисциплины «Ценовая политика» входит в состав основной профессиональной образовательной программы высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, направленность (профиль) «Управление продажами» и предназначена для обучающихся очно-заочной формы обучения.

1. Аннотация к дисциплине

Рабочая программа дисциплины «Ценовая политика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО - бакалавриат по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело, утвержденного приказом

Министерства образования и науки Российской Федерации от 12.08.2020 г. № 963, учебного плана по основной профессиональной образовательной программе высшего образования.

Изучение дисциплины «Ценовая политика» ориентировано на получение обучающимися знаний о комплексе вопросов, связанными с вопросами ценообразования в маркетинге, в совокупности составляющих основу маркетинговой ценовой политики: экономические основы эффективности ценовой политики, основные подходы к разработке и реализации ценовой политики, методы ценообразования, основные инструменты ценовой политики.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

Цели и задачи дисциплины

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

Задачи дисциплины:

В результате освоения дисциплины студент должен: *Знать*

- теоретические основы ценообразования;
- виды, состав и структуру цен;
- методы ценообразования;
- закономерности формирования ценовой политики;
- стратегии и тактики ценообразования;
- специфические характеристики ценообразования на различных отраслевых рынках;

Уметь

- выделять основные ценообразующие факторы;
- применять известные методы ценообразования;
- проводить прогнозные исследования динамики цен с учетом инфляционных ожиданий;
- обосновывать целесообразность применения различных стратегий и тактических приемов ценообразования;

Владеть

- новейшими приемами ценообразования с учетом фактора времени при формировании товарных линий и наборов товаров;
- методами ценообразования во внешней торговле предприятий и организаций, торговле через Интернет.

2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения			Формы образовательной деятельности
			по дисциплине	выпускник должен знать	выпускник должен уметь	выпускник должен иметь практический опыт
Способен решать профессиональные задачи, находить, анализировать и оценивать информацию, необходимую для профессиональной деятельности (коммерческой, маркетинговой, товароведной и (или) торгово-технологической) в целях управления торгово-экономическими системами	ПК-1	ПК-1.2 Осуществляет поиск, сбор и анализ информации необходимой для решения профессиональных задач по управлению торгово-экономическими системами	сущность и цели ценовой политики компании; особенности построения ценовой политики торговой организации; основные ценовые стратегии в торговой организации; сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены; методы государственного регулирования цен в России и за рубежом; особенности ценообразования в торговых организациях	определять ценовую стратегию компании с учетом специфики его деятельности и структуры рынка; оценить эффективность построения ценовой политики в торговой организации; применять различные ценовые стратегии; использовать на практике основные элементы ценообразования; калькулировать себестоимость продукции; определять алгоритм расчета цен	навыками выработки сбалансированных решений по корректировке стратегии и тактики в области политики цен; приемами обоснования результатов выбора стратегии; методами оценки эффективности и построения ценовой политики организации; математическим аппаратом, необходимым для расчета цен различными способами; инструментарием статистики цен; владеть методами расчета цен	<u>Контактная работа:</u> Лекции; Практикумы по решению задач; Ситуационные практикумы <u>Самостоятельная работа</u>

3. Тематический план

Наименование тем	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)								Самостоятельная работа обучающихся	Форма ТКУ Форма ПА, балл
	Лекции	Семинары	Практикум по решению задач	Ситуационный практикум	Мастер-класс	Лабораторный практикум	Тренинг	Дидактическая игра		
Тема 1. Цена как экономическая категория	2		2						16	Отчет по практикуму по решению задач №1/10 тест/10
Тема 2. Маркетинговое ценообразование			2						16	Отчет по практикуму по решению задач №2/10 Тест/10
Тема 3. Ценовая политика и стратегия фирмы	2								16	Отчет по практикуму по решению задач №3/10 Тест /10
Тема 4. Анализ цен				2					15	Отчет по ситуационному практикуму №4/10 Тест /10
Тема 5. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы			2						15	Отчет по практикуму по решению задач №5/10 Тест /10
Всего:	4		6	2					96	100
Контроль, час	0								Зачет	
Объем дисциплины (в академических часах)	108									
Объем дисциплины (в зачетных единицах)	3									

4. Содержание дисциплины

Тема 1. Цена как экономическая категория

1.1. Основные теоретические концепции цены

Теория трудовой стоимости. Теория факторов производства. Теория предельной полезности. Теория спроса и предложения. Эволюция теории цены.

1.2. Виды и функции цен

Система цен в экономике, принципы дифференциации цен. Функции цены. Состав и структура цен.

1.3. Регулирование цен

Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен. Методы государственного регулирования цен. Инфляция: понятие, измерение, негативные социально-экономические последствия. Государственное регулирование цен в зарубежных странах.

Тема 2. Маркетинговое ценообразование

2.1. Понятие и этапы маркетингового ценообразования

Цена в системе маркетинга фирмы

2.2. Факторы маркетингового ценообразования

2.3. Стратегии маркетингового ценообразования

2.4. Методы ценообразования

Методы, ориентированные на затраты. Методы, ориентированные на конкурентов. Тактические приемы маркетингового ценообразования

Тема 3. Ценовая политика и стратегия фирмы

3.1. Ценовая политика предприятия

Цели ценовой политики и принципы ценообразования. Политика цен жизненного цикла товара. Политика цен на новые изделия. Тактические аспекты ценовой политики. Скидки как инструмент ценовой политики компании.

3.2. Ценовые стратегии предприятия

Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва.

Стратегия нейтрального ценообразования.

3.3. Методы ценообразования

Затратное ценообразование. Классификация и калькулирование издержек для целей ценообразования. Основные методы затратного ценообразования. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании. Альтернативные издержки и их учет при определении цен. Ценообразование с учетом ценности товара. Понятие ценности товара и определяющие факторы. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене. Основные методы и модели ценностного ценообразования. Ценообразование с учетом конкуренции.

Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Эконометрические методы определения цен. Трансфертные цены и методы их определения. Метод сопоставимых рыночных цен. Метод цены последующей реализации. Затратный метод. Метод сопоставимой рентабельности. Метод распределения прибыли. Регулирование трансфертного ценообразования в России.

3.4. Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии

Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства. Целесообразность снижения и повышения цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами

Тема 4. Анализ цен

4.1 Основные задачи и принципы сбора ценовой информации

4.2 Анализ состояния и взаимодействия цен

4.3 Анализ проведения цен

Тема 5. Скидки за особые условия продаж как инструмент ценовой политики фирмы

- 5.1. Система скидок с цен как инструмент стимулирования продаж
- 5.2. Скидки за большой объем закупок
Простые скидки за большой размер приобретаемой партии.
Накопительные (кумулятивные) скидки
- 5.3. Скидки за внесезонную закупку
- 5.4. Скидки за ускорение оплаты
- 5.5. Скидки для поощрения продаж нового товара
- 5.6. Скидки при комплексной закупке товаров
- 5.7. Скидки за отказ от товаров фирм-конкурентов
- 5.8. Скидки для «верных» или престижных покупателей
- 5.9. Контроль за скидками как способ предотвращения потерь прибыли

5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

1. Реброва, Н. П. Маркетинг : учебник и практикум для вузов / Н. П. Реброва. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 277 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-03466-0. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560155>
2. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 420 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16890-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560258>

Дополнительная литература

1. Ценообразование в отраслях экономики : учебник и практикум для вузов / под редакцией Т. Г. Касьяненко. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 222 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16680-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568541>
2. Ямпольская, Д. О. Ценообразование : учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-1516-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/579000>

5.2. Описание материально-технической базы

Учебная аудитория № 402 для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол для преподавателя) – 17 шт.;
- стулья (включая стул для преподавателя) – 33 шт.;
- моноблок с установленным программным обеспечением – 1 шт.;
- компьютерная мышь – 1 шт.;
- клавиатура – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;

- проектор – 1 шт.;
- экран – 1 шт.;
- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);
- MS Office (зарубежное, возмездное);
- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);
- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Учебная аудитория № 105 (Специализированная аудитория для лиц с ОВЗ), для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 4 шт.;
- стулья (включая стул преподавателя) – 4 шт.;
- моноблоки с установленным программным обеспечением – 4 шт.;
- компьютерные мыши – 4 шт.;
- клавиатуры – 4 шт.;
- акустический усилитель – 1 шт.;
- колонки – 2 шт.;
- телевизор – 1 шт.;
- МФУ – 1 шт.;
- интерактивная электронная доска на мобильной платформе – 1 шт.;
- портативная индукционная система для слабослышащих (индукционная петля) – 1 шт.;

- портативный бытовой усилитель звука – 1 шт.;
- лупа пластмассовая – 1 шт.;
- прибор письма по Брайлю – 1 шт.;
- грифель для письма по Брайлю (мужской – 1 шт., женский – 1 шт.);
- тетради для письма по Брайлю – 3 шт.
- бумага для письма по Брайлю – 1 пачка;
- активный захват для инвалидов – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

Windows (зарубежное, возмездное), MS Office (зарубежное, возмездное), Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое), Comodo Internet Security (зарубежное, свободно распространяемое), графический редактор GIMP (зарубежное, свободно распространяемое), Planner 5D (российское, свободно распространяемое), Sweet Home 3D (зарубежное, свободно распространяемое), Дизайн Интерьера 3D (российское, свободно распространяемое), КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Для лиц с ОВЗ:

расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («105») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся – аудитория № 113 (в том числе, адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ), оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения:

- столы (включая стол преподавателя) – 6 шт.;

- стулья (включая стул преподавателя) – 6 шт.;
- ноутбуки с установленным программным обеспечением, с выходом в сеть «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института – 6 шт.;

- компьютерные мыши – 6 шт.;

- колонки – 2 шт.;

- проектор – 1 шт.;

- экран – 1 шт.;

- МФУ – 1 шт.;

- телевизор – 1 шт.;

- доска маркерная – 1 шт.

Лицензионное программное обеспечение:

- Windows (зарубежное, возмездное);

- MS Office (зарубежное, возмездное);

- Adobe Acrobat Reader (зарубежное, свободно распространяемое);

- КонсультантПлюс: «КонсультантПлюс: Студент» (российское, свободно распространяемое)

Аудитория расположена на 1 этаже, имеет расширенный дверной проём (не менее 900 мм), оснащенный контрастной лентой для обеспечения безопасности передвижения маломобильных и слабовидящих лиц, перед входом и внутри аудитории предусмотрена зона для разворота кресла-коляски; перед входом установлено контрастное тактильное напольное покрытие, наименование аудитории («Адаптированная аудитория для лиц с ОВЗ») и номер («113») продублировано шрифтом Брайля на дверных табличках контрастного цвета.

5.3. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. <http://biblioclub.ru> – ЭБС «Университетская библиотека онлайн»

2. <https://urait.ru> – ЭБС «Образовательная платформа Юрайт»

3. https://elibrary.ru/org_titles.asp?orgsid=14364 – научная электронная библиотека (НЭБ) «eLIBRARY.RU»

4. <https://student2.consultant.ru/> – онлайн-версия КонсультантПлюс: Студент информационной справочной системы «КонсультантПлюс»