

Аннотация
рабочей программы учебной дисциплины
«Цены и ценообразование»
подготовки бакалавров по направлению 38.03.02 – «Менеджмент»
профиль «Маркетинг»

1. Цель дисциплины:

приобретение студентами знаний, умений и навыков по управлению ценой в процессе обеспечения безубыточного объема продаж на основе финансового анализа структуры издержек и совокупной маржинальной прибыли, освоение методов и приемов координации цен с остальными элементами маркетинга, формирование цен на новые товары, исследование конъюнктуры различных типов рынков и конкурентной среды, развитие общекультурных и профессиональных компетенций, необходимых для осуществления маркетинговой деятельности в области ценообразования.

Изучается в 7 семестре (очная форма), 9 семестре (заочная форма).

Задачи дисциплины:

- усвоение основных понятий в области ценообразования в маркетинге;
- выявление различных подходов и методов к управлению ценой, их преимуществ и недостатков;
- разработка и внедрение ценовой стратегии предприятия на основе маркетинговой стратегии и с учетом других элементов комплекса маркетинга;
- приобретение навыков финансового анализ приемлемости изменения цен на основе структуры издержек и доли маржинальной прибыли;
- организация проведения маркетинговых исследований ценности товаров, ценовой эластичности и ценовой политики конкурентов;
- оценка отраслевых особенностей ценообразования;
- определение подходов к изменению цен в зависимости от жизненного цикла товара;
- умение управлять ценовой чувствительностью покупателей и моделировать реакцию конкурентов на изменение цен на основе коммуникационных сообщений в СМИ.

2. Место дисциплины в структуре ОП. Дисциплина относится к вариативной части и является дисциплиной модуля профиля.

Дисциплине предшествуют следующие дисциплины: «Основы бизнеса», «Финансовый и инвестиционный менеджмент», «Управленческий учет», «Экономическая теория», «Бизнес-планирование».

Дисциплина является предшествующей для изучения следующих дисциплин: «Предпринимательское право».

3. Требования к результатам освоения дисциплины.

Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры **(ПКП-3)**.

Способность разрабатывать коммуникационные системы и управлять ими, интегрировать различные средства продвижения товаров в комплекс маркетинговых коммуникаций, формировать имидж организации и управлять брендами корректировку планов маркетинга **(ПКП-5)**.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- сущность основных понятий: «планирование», «план», «прогнозирование», «прогноз», «система планирования»; цели планирования; проблемы российской практики планирования бизнеса; особенности подходов к бизнес-планированию в России и за рубежом;
- методологию и организацию планирования: методология, организация, метод, методика и формы планирования; типы планирования и виды планов; принципы планирования.
- сущность стратегического планирования: взаимосвязь стратегии и планирования; процесс бизнес-планирования и предъявляемые к нему требования; роль и значение бизнес-планирования для малого и среднего бизнеса;

уметь:

- использовать методическое и информационное обеспечение бизнес-планирования;
- составлять бизнес-план (описание бизнеса; анализ рынка; план маркетинга; план производства; организационный план и др.);
- оценивать эффективность реализации инвестиционных проектов;

владеть:

- навыками финансового анализа эффективности бизнес-проектов;
- методами разработки программы мероприятий по предотвращению риска и снижению возможных потерь в бизнес-планировании;
- способами использования информационных технологий в бизнес-планировании.

Распределение времени по видам занятий

Очная форма:

Объем часов аудиторных занятий 90 час.

Лекции 36 час.

Семинарские и практические занятия 54 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 90 час.

В т.ч. домашнее творческое задание

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 180 часов (5 з.е.).

Заочная форма:

Объем часов аудиторных занятий 24 час.

Лекции 8 час.

Семинарские и практические занятия 16 час.

Экзамен

Самостоятельная работа студентов (СРС) 156 час.

В т.ч. контрольная работа

ИТОГО: Общая трудоемкость дисциплины 180 часов (5 з.е.).