Аннотация дисциплины

Ценообразование в маркетинге

**Рабочая программа дисциплины** предназначена для студентов, обучающихся по направлению 38.03.02 «Менеджмент», профиль «Маркетинг», очно-заочная форма обучения.

Цель дисциплины направлена на формирование знаний о роли цены в комплексе маркетинга компании, закономерностях и факторах маркетингового ценообразования, аналитических аспектах ценообразования, в частности об оценке соответствия цены и качества, исследовании динамики и прогнозировании цен.

Место дисциплины в структуре ООП: дисциплина является частью, формируемая участниками образовательных отношений, профиля и цикла профиля, профиля «Маркетинг» направления 38.03.02 «Менеджмент» профиль «Маркетинг».

Краткое содержание: учебная дисциплина в сочетании с другими дисциплинами призвана обеспечить формирование у будущих специалистов способности находить организационно-управленческие решения в области ценообразования и готовности нести за них ответственность, владеть методами количественного анализа и моделирования, участвовать в разработке маркетинговой стратегии ценообразования организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию, анализировать ценовое поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, знать экономические основы ценового поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли.