Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Новороссийский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика, финансы и менеджмент»

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ

Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке

Направление подготовки: 38.04.02 Менеджмент
Направленность: Финансовый маркетинг
Программа подготовки: академическая
Форма обучения: заочная
Квалификация (степень) выпускника: магистр

Новороссийск 2021

Составитель: к.э.н., доцент Т.Г. Марцева

Рекомендованы решением кафедры «Экономика, финансы и менеджмент» протокол № 1 от 26.08.2021 г.

Методические рекомендации к составлены в соответствии с ОС ВО Финуниверситета по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», утвержденного приказом Финансового университета при Правительстве РФ № 2325/о от 26 декабря 2017 года.

Изучение дисциплины должно способствовать развитию у обучающихся стремления к творческому мышлению, к овладению навыками самостоятельной работы современными информационными технологиями.

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.
Формы внеаудиторной самостоятельной работы

Очная форма обучения

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Трудоёмкость в часах	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1. Основы ценообразования. Ценакак экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Изучение методических материалов для выполнения творческого задания.	14	Определение сущности стоимости на различных этапах развития экономической науки. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимостьи цена в современных условиях.
Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Подготовка к практическому занятию с использованием case-study на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»	16	Формулирование целей ценовой политики на основе задач как экономической политики, так и с учётом маркетинговой политики. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Основные формулы цены. Состав и структура цены.
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	Работа с научно-учебной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием *case-study* на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовых организаций» Подготовка к решению задач	16	Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью

	Подготовка к контрольной работке №1		метода ценообразования. Базовая цена – основа для ценового маневра (изменения цены) в выбранной ценовой стратегии, в том числе для максимизации прибыли на долгосрочный период. Тактические инструменты управления ценами.
Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования нафинансовом рынке.	Работа с научно-учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Оформление домашнего творческого задания.	14	Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен на финансовом рынке.
Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к защите домашнеготворческого задания в видепрезентации и доклада Подготовка к контрольной работе №2.	16	Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса. Ценообразование и жизненный цикл.
Итого		**76**	

Заочная форма обучения.

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	**Формы внеаудиторной самостоятельной работы**	**Трудоёмкость в часах**	**Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися**
Тема 1. Основы ценообразования. Ценакак экономическая категория: сущность, функции и виды цен.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии. Подготовка к практическому	16	Определение сущности стоимости на различных этапах развития экономической науки. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимостьи цена в современных

	занятию с использованием обучающих тестов. Изучение методических материалов для выполнения творческого задания.		условиях.
Тема 2. Формирование ценовой политики финансовой организации.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Подготовка к практическому занятию с использованием case-study на тему: «Выработка целей ценовой политики финансовой организации»	20	Формулирование целей ценовой политики на основе задач как экономической политики, так и с учётом маркетинговой политики. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Основные формулы цены. Состав и структура цены.
Тема 3. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке.	Работа с научно-учебной литературой. Подготовка к практическому занятию с использованием *case- study* на тему: «Анализ ценовых стратегий финансовыхорганизаций» Подготовка к решению задач Подготовка к контрольнойработке №1	20	Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования. Базовая цена – основа для ценового маневра (изменения цены) в выбранной ценовой стратегии, в том числе для максимизации прибыли на долгосрочный период. Тактические инструменты управления ценами
Тема 4. Государственное регулирование и контроль ценообразования нафинансовом рынке.	Работа с научно-учебной и справочной литературой. Подготовка доклада, научной статьи для последующей публикации. Подготовка к семинарскому занятию, проводимому в форме дискуссии.	16	Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Исполнительные

	Подготовка к практическому занятию с использованием обучающих тестов. Оформление домашнего творческого задания.		государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен на финансовом рынке.
Тема 5. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.	Работа с научной, учебной и справочной литературой. Подготовка к защите домашнеготворческого задания в видепрезентации и доклада Подготовка к контрольной работе №2.	20	Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса. Ценообразование и жизненный цикл.
Итого		**92**	

Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы

Примерные вопросы для тестирования

1. Цена, определяемая на основе издержек производства с добавлениемсредней прибыли на весь авансированный капитал, – это цена …

а) производства;б) спроса;

в) предложения;г) потребления; д) рынка;

е) конкуренции.

2. Поощрение или сдерживающее воздействие на производство и потребление различных видов товаров относится к … функции цены.

а) стимулирующей;

б) балансирующей спрос и предложение;в) учетной;

г) распределительной;д) общерыночной.

3. Под ценовой политикой понимается установление цен на продукцию предприятия в рамках политики управления ее сбытом в целях достижения …

а) наиболее выгодных объемов продаж; б) средних затрат на производство;

в) минимальных затрат на производство; г) максимальных затрат на производство;

д) максимально возможного уровня прибыли; е) среднего уровня прибыли.

4. При использовании затратного подхода к ценообразованию право устанавливать цену должно принадлежать …

а) отделу маркетинга и сбыта;б) отделу главного технолога;

в) финансовым службам и бухгалтерии;

г) отделу материально-технического снабжения;д) IT-отделу.

5. В процесс разработки ценовой политики входят:а) реализация;

б) выработка целей;в) планирование;

г) сбор информации;д) контроль;

е) анализ информации.

6. Метод расчета цен на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли предполагает …

а) начисление стандартной наценки, нормативной прибыли на себестоимость;

б) установление на товар цены на таком уровне, который обеспечивал бы компании получение желаемого объема прибыли;

в) умножение цены приобретения товара на повышающий коэффициент; г) установление на товар цены путем добавления к переменным затратам

определенной надбавки;

д) установление на товар цены путем сопоставления с ценой другого товараиз параметрического ряда.

Тематика контрольной работы.

1. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке ценных бумаг.
2. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке страховых услуг.
3. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке потребительского кредитования.
4. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке ипотечного кредитования.
5. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на валютном рынке.
6. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке лизинговых услуг.
7. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке депозитов.
8. Разработка ценовой политики и стратегии для финансовой организации,работающей на рынке инвестиционных услуг.

Перечень вопросов для подготовки к зачету.

1. Система цен в экономике и принципы их дифференциации.
2. Сущность, цели и принципы разработки ценовой стратегии финансовойорганизации.
3. Последовательность и содержание этапов процесса разработки ценовойстратегии финансовой организации.
4. Функции цен: регулирования и контроля, измерительная, стимулирующая.
5. Виды ценовых стратегий финансовой организации и условия их применения.
6. Стратегия «премиального ценообразования» и условия ее применения.
7. Стратегия «ценового прорыва» и условия ее применения.
8. Стратегия «нейтрального ценообразования» и условия ее применения.
9. Роль эластичности спроса при выборе ценовой стратегии.

10. Взаимосвязь стратегии маркетинговой деятельности и ценовой стратегии в системе управления финансовой организацией.
11. Особенности применения ценовых стратегий на рынке чистой конкуренции.
12. Особенности применения ценовых стратегий на рынке монополистической конкуренции.
13. Особенности применения ценовых стратегий в условиях олигополии.
14. Особенности применения ценовых стратегий в условиях монополии.
15. Применение ценовых стратегий на различных этапах жизненного цикла (ЖЦ).
16. Применение внутренней и внешней маркетинговой информации в разработке ценовой стратегии финансовой организации.
17. Тактические инструменты реализации ценовой стратегии.
18. Законодательная база государственного регулирования цен на финансовом рынке в РФ.
19. Формы и методы государственного регулирования цен.
20. Методы затратного ценообразования.
21. Методы рыночного ценообразования.
22. Методы нормативно-параметрического ценообразования.
23. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках классической экономической школы.
24. Исторические аспекты развития теории стоимости в древности.
25. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках маржинализма.
26. Исторические аспекты развития теории стоимости в неоклассической экономической школы.
27. Ценообразование в зависимости от различных типов конкуренции.
28. Цена как элемент комплекса маркетинга. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к цене.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины «Финансовый маркетинг»

Методические рекомендации по выполнению различных форм самостоятельных домашних заданий

Практическому занятию (семинару) в обязательном порядке должна предшествовать самостоятельная подготовительная работа студента, целями которой являются:

- изучение и повторение лекционного материала;
- самостоятельное изучение необходимого для успешного проведения занятий теоретического материала (конспектирование методик достижения поставленных теоретических и практических целей);
- ознакомление с методологией практической деятельности специалиста в круге рассматриваемых на занятии вопросов (изучении материалов, опубликованных в периодических специализированных изданиях и на специализированных сайтах в Интернете);

- выполнение простейших тренировочных заданий, призванных акцентировать внимание студента на наиболее важные разделы изучаемого материала, в том числе выявление новых тенденций по изучаемой тематике (подготовка докладов, рефератов и анализ цифровых данных для последующего проведения дискуссий и решения ситуационных задач на семинарском (практическом) занятии;
- формирование навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой по изучаемому предмету.

К семинарским и практическим занятиям студенты готовятся самостоятельно, в соответствии с рекомендациями преподавателя, сделанными на предыдущем занятии и с использованием основной и дополнительной литературыв БИК Финуниверситета (других библиотеках) и дома.

Контроль выполнения заданий для самостоятельной работы проводится в следующих формах:

- проведение устных дискуссий на семинарских (практических) занятиях;
- проведение опросов на семинарских (практических) занятиях по пройденному материалу, в том числе с применением метода «мозгового штурма»;
- заслушивание докладов (презентаций) на практических занятиях;
- проверка результатов тестовых заданий на практических (семинарских)занятиях и др.

Методика применения ситуационных задач (кейсов)

Кейс-метод (кейс-стади, метод ситуаций) представляет технику обучения, которая использует письменное описание и анализ реальных экономических и социальных ситуации, возможные решения и выбор лучших из них. С помощью этого метода студенты имеют возможность проявить и усовершенствовать аналитические и оценочные навыки, научиться работать в команде, применять на практике теоретический материал.

Цель метода кейс-стади – научить студентов решать сложные проблемы идать навыки управления бизнесом.

До семинарского занятия студентам необходимо:

- проанализировать кейс;
- ответить на поставленные вопросы;
- оценить уже принятые меры;
- обсудить возможные будущие действия и сравнить их ожидаемуюэффективность.

Требования к оформлению контрольной работы

Программой дисциплины «Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке» предусмотрено обязательное выполнение контрольной работы. Контрольная работа выполняется согласно методическим указанием:

«Рожков И.В. Ценообразование и управление ценами на финансовом рынке: методические указания по выполнению контрольной работы для студентов, обучающихся по направлению 38.04.02 «Менеджмент», магистерская программа «Финансовый маркетинг» (программа подготовки

магистров), – М.: Финансовый университет, 2016. – 22 с.».