Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение

высшего образования

**«Финансовый университет**

**при Правительстве Российской Федерации»**

**(Финансовый университет)**

**Кафедра отраслевых рынков**

**Факультета экономики и бизнеса**

|  |  |
| --- | --- |
|  | УТВЕРЖДАЮ  Проректор по учебной и  методической работе  \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Е.А. Каменева  «28» мая 2024 г. |

**Кириченко О.С.**

**Ценообразование на рынках креативных индустрий**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.03.01 «Экономика», образовательная программа «Экономика и бизнес»,

профиль «Экономика креативных индустрий»

*Рекомендовано Ученым советом Факультета экономики и бизнеса*

*протокол № 40 от «21» мая 2024 г.*

*Одобрено на заседании Кафедры отраслевых рынков*

*протокол № 9 от «27» апреля 2024 г.*

**Москва 2024**

**СОДЕРЖАНИЕ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. | Наименование дисциплины……………………………………………………….. | 3 |
| 2. | Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине............................................. | 3 |
| 3. | Место дисциплины в структуре образовательной программы........................... | 4 |
| 4. | Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся ………………………..…………………………………….. | 4 |
| 5. | Содержание дисциплины, структурированное по темам Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающихся дисциплине занятий и самостоятельной работы (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий…………………………………………………………............................... | 5 |
| 5.1. | Содержание дисциплины…………………………………………………………… | 5 |
| 5.2. | Учебно-тематический план………………………………………………………… | 6 |
| 5.3. | Содержание семинаров, практических занятий……………….............................. | 6 |
| 6. | Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине………………………………………………………. | 7 |
| 6.1. | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы…………………………………. | 7 |
| 6.2. | Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю........... | 8 |
| 7. | Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине………………………………………………………. | 9 |
| 8. | Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины………………………....................................................... | 15 |
| 9. | Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины…………………………………………. | 16 |
| 10. | Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины | 17 |
| 11. | Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем…………... | 18 |
| 12. | Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине………………………………………. | 18 |

# **Наименование дисциплины**

Ценообразование на рынках креативных индустрий

# **Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине**

Таблица 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Код  компе-тенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции |
| ПКП-1 | Способность разрабатывать обоснованные управленческие решения на основе анализа финансовой отчетности компаний креативной индустрии, в том числе с использованием современных технических средств и специальных программных продуктов, рассчитывать финансово-экономические показатели и оценивать риски | 1. Проводит экономический анализ хозяйственной деятельности организаций, осуществляющих деятельность в сфере креативного бизнеса | ***Знать:***   * порядок расчета экономических показателей на основе современной нормативно-правовой базы;   ***Уметь:***   * применять нормативно-правовую базу для расчета показателей. |
| 1. Рассчитывает показатели влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организаций креативных индустрий. | ***Знать:***  - алгоритм проведения расчета финансово-экономических показателей  ***Уметь:***  - применять экономико-  статистические методы для прогнозирования финансово- экономических показателей |
| 1. Совершенствует формы организации труда и управления, а также плановой и учетной документации организации креативной индустрии на основе технических средств и специальных программных продуктов. | ***Знать:***  - как рассчитывать показатели на основе технических средств и специальных программных продуктов  ***Уметь:***  - рассчитывать показатели на основе технических средств и специальных программных продуктов |
| ПКП-2 | Способность использовать теоретико-методологические подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий | 1. Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий. | ***Знать:***  - основные принципы проведения маркетинговых исследований количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий;  ***Уметь:***  - проводить маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий; |
| 1. Готовит исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом. | ***Знать:***  - как готовить исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей  ***Уметь:***   * готовить исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей |
| 1. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | ***Знать:***  - как проводить расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов.  ***Уметь:***  - проводить расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. |

# **3.** **Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Ценообразование на рынках креативных индустрий» является обязательной дисциплиной профиля «Экономика креативных индустрий» в части, формируемой участниками образовательных отношений направления подготовки 38.03.01 «Экономика».

# **Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся**

Таблица 2

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Вид учебной работы по дисциплине** | **Всего**  **(в з.е и часах)** | **Семестр 7**  **(в часах)** |
| **Общая трудоемкость дисциплины** | **5з.е**/**180** | **180** |
| Контактная работа -Аудиторные занятия | 50 | 50 |
| Лекции | 16 | 16 |
| Семинары, практические занятия | 34 | 34 |
| Самостоятельная работа | 130 | 130 |
| Вид текущего контроля | Контрольная работа | Контрольная работа |
| Вид промежуточной аттестации | зачет | зачет |

# 

# **5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

# **5.1. Содержание дисциплины**

**Тема 1. Маркетинговый подход к ценообразованию**

Воспринимаемая ценность. Основные составляющие для обоснования цены продукта/услуги. Факторы ценообразования. Постановка целей. Себестоимость в составе цены. Торговые наценки в цене товара. Методика анализа цен конкурентов. Сбор информации для анализа цен конкурентов. Сравнение инструментов и методов. Практические примеры 6 правил проведения эффективных ценовых исследований. Определение цены в зависимости от затрат; цены, ориентированной на потребителя; цены с ориентацией на конкуренцию. Политика истощающих и проникающих цен.

**Тема 2. Методы ценообразования и их использование на высококонкурентном рынке**

Метод оценки затрат и ценообразования. Методы установления цен на инновационные продукты. Как грамотно установить цену на продукт для того, чтобы его вывод на рынок был максимально выгодным. Выборы основополагающих критериев и практика применения метода интегрированного ценообразования. Методики PSM для измерения ценовой чувствительности. Методы ценообразования на имеющийся ассортимент. Методы ценообразования на разных типах рынка. Схема формирования розничной цены. Государственное регулирование цен: прямое и косвенное. Параметрические методы ценообразования на ассортиментную линейку. Классификация тактических приемов ценообразования

**Тема 3. Политика снижения цен: формирование политики скидок**

Какие виды скидок компаниям стоит применять: экономическая оценка. Базовые правила определения скидок. «Коридор скидок» и необходимость оценки скидок компании. Наценка и скидка: влияние на снижение и увеличение валовой прибыли компании. Условия максимизации выручки и прибыли.

**Тема 4. Ценообразование в исполнительском искусстве**

История ценообразования в сфере культуры. Ценовая политика и ценовая стратегия в сфере искусства. Методы ценообразования. Факторы, влияющие на уровень цены типов исполнительского искусство. Формирование цены.

**Тема 5. Управление ценообразованием в каналах продаж**

Ценообразование в каналах сбыта: ценовые зоны, скидки, рекомендованные цены, ценообразование с учетом географических зон. Разработка и внедрение ценовой модели. Ценообразование в системе «производитель — дилер — клиент». Борьба с демпингом среди торговых посредников. Методы разрешения конфликтов, связанных с ценообразованием в каналах сбыта. Возможности управления ценами конечных продаж.

## 5.2. Учебно- тематический план

## Таблица 3

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Трудоемкость в часах** | | | | | **Формы текущего контроля успеваемости** |
| **Всего** | **Контактная работа\* - Аудиторная работа** | | | **Самостоятельная работа** |
| Общая, в т.ч.: | Лекции | Семинары, практические занятия |
|  | Маркетинговый подход к ценообразованию | 53 | 18 | 4 | 14 | 35 | Опрос в устной форме, ситуационное задание |
|  | Методы ценообразования и их использование на высококонкурентном рынке | 45 | 10 | 4 | 6 | 35 | Опрос в устной форме, ситуационное задание |
|  | Политика снижения цен: формирование политики скидок | 16 | 6 | 2 | 4 | 10 | Опрос в устной форме, ситуационное задание. |
|  | Ценообразование в исполнительском искусстве | 40 | 10 | 4 | 6 | 30 | Ситуационное задание, решение кейсов с обсуждением результатов. |
|  | Управление ценообразованием в каналах продаж | 26 | 6 | 2 | 4 | 20 | Опрос в устной форме, практико­ориентированное задание |
|  | В целом по дисциплине | **180** | **50** | **16** | **34** | **130** | **Согласно учебному плану:** Контрольная работа |
|  | Итого в % | 100 | 28 | 32 | 68 | 72 |  |

\*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

## 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

## Таблица 4

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов) дисциплины** | **Перечень вопросов для обсуждения на семинарах, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9** | **Формы проведения занятий** |
| 1. Маркетинговый подход к ценообразованию | Факторы ценообразования. Себестоимость в составе цены. Торговые наценки в цене товара. Политика истощающих и проникающих цен.  *Источники: раздел 8: 1; раздел 9: 4,5,6* | Опрос в устной форме, практико­ориентированное задание |
| 1. Методы ценообразования и их использование на высококонкурентном рынке | Методы установления цен на инновационные продукты. Методы ценообразования на разных типах рынка. Схема формирования розничной цены. Государственное регулирование цен: прямое и косвенное.  *Источники: раздел 8: 1; раздел 9: 4,5,6* | Опрос в устной форме, практико­ориентированное задание |
| 1. Политика снижения цен: формирование политики скидок | Базовые правила определения скидок. «Коридор скидок» и необходимость оценки скидок компании. Наценка и скидка: влияние на снижение и увеличение валовой прибыли компании.  *Источники: раздел 8: 1,2; раздел 9: 4,5,6* | Опрос в устной форме, ситуационное задание, практико­ориентированное задание |
| 1. Ценообразование в исполнительском искусстве | Ценовая политика и ценовая стратегия в сфере искусства. Методы ценообразования.  *Источники: раздел 8: 1,3; раздел 9: 4,5,6* | Опрос в устной форме, ситуационное задание, практико-ориентированное задание |
| 1. Управление ценообразованием в каналах продаж | Ценовые зоны, скидки, рекомендованные цены, ценообразование с учетом географических зон. Разработка и внедрение ценовой модели. Ценообразование в системе «производитель — дилер — клиент».  *Литература Источники: раздел 8: 1,3; раздел 9: 4,5,6* | Опрос в устной форме, практико­ориентированное задание |

# 

# **6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

## 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

## Таблица 5

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Наименование тем (разделов)**  **дисциплины** | **Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение** | **Формы внеаудиторной самостоятельной работы** |
| 1. Маркетинговый подход к ценообразованию | Стратегии ценообразования в России и за рубежом. | Самостоятельное изучение источников. Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации. |
| 1. Методы ценообразования и их использование на высококонкурентном рынке | Изучение факторов, связанных с поведением конкурентов и потребителей | Самостоятельное изучение источников. Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 1. Политика снижения цен: формирование политики скидок | Изучить в интернет корпоративные стандарты «Положение о скидках и премиях» | Самостоятельное изучение источников. Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 1. Ценообразование в исполнительском искусстве | Постановлением Правительства  Изучить "Основы законодательства Российской Федерации о культуре" (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 10.07.2023) (с изм. и доп., вступ. в силу с 22.12.2023) | Самостоятельное изучение источников. Выполнение контрольной работы. Подготовка к промежуточной аттестации |
| 1. Управление ценообразованием в каналах продаж | Изучить дифференциацию ценовых стратегий в зависимости от каналов, по которым продается продукция | Самостоятельное изучение источников |

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

## Примерные темы для контрольной работы:

## Состав и структура цены.

## Виды скидок, применяемых в ценообразовании.

## Себестоимость в составе цены.

## Формирование цен с учетом конкуренции

## Учет безубыточности при определении и изменении цен.

## Прибыль как элемент цены товара. Показатели рентабельности, используемые при установлении цен.

## Стратегия высоких цен («снятия сливок»)

## Сущность и методы регулируемых цен

**Примеры заданий для самостоятельного решения**

**1. Пример практико-ориентированного задания.**

Вы являетесь владельцем танцевальной студии, которая предлагает занятия по различным направлениям танца. Ваша студия находится в спальном районе города, где конкуренция среди танцевальных студий достаточно высока.

*Исходные данные:*

* Прямые затраты на аренду помещения, оплату труда преподавателей, покупку оборудования и материалов составляют 500 тыс. рублей в месяц.
* В вашей студии занимается 100 учеников, которые посещают занятия 2 раза в неделю.
* Средняя продолжительность занятия — 1 час.
* Вы хотите установить такую цену за одно занятие, чтобы покрыть все текущие затраты и получить прибыль.

*Задание:*

Рассчитайте оптимальную цену за одно занятие в вашей танцевальной студии, используя метод расчёта точки безубыточности.

**2. Пример ситуационного задания.**

Разработка стратегии ценообразования для нового циркового шоу

*Контекст*

Вы являетесь менеджером по маркетингу и продажам в известной цирковой компании «Величайшее шоу». Ваша компания готовит новое представление, которое будет проходить в крупнейших городах страны. Вам поручено разработать стратегию ценообразования для билетов, учитывая различные категории мест (4 категории), целевую аудиторию (4 категории) и конкурентную среду, с учётом того, что минимальная цена должна быть в районе $25, а максимальная ― $100. Максимальная вместимость зала ― 1000 мест.

*Задание*

1. Определить, какие шаги необходимо предпринять для формирования оптимальных цен для разных категорий билетов.

2. Разработайте ценовую стратегию, учитывающую различия в категориях биллетов и дополнительные предложения.

3. Приведите примеры расчётов цен, затрат и сегментации билетов.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.

# **7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине содержится в разделе «2.Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине»..

Таблица 6

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания |
| ПКП-1 Способность разрабатывать обоснованные управленческие решения на основе анализа финансовой отчетности компаний креативной индустрии, в том числе с использованием современных технических средств и специальных программных продуктов, рассчитывать финансово-экономические показатели и оценивать риски | 1.Проводит экономический анализ хозяйственной деятельности организаций, осуществляющих деятельность в сфере креативного бизнеса | ***Знать:***   * порядок расчета экономических показателей на основе современной нормативно-правовой базы;   ***Уметь:***  применять нормативно-правовую базу для расчета показателей. | Известно, что на рынке по цене 40 долл. было предложено 8 единиц определенного товара, 30 долл. – 6 единиц; 22,5 долл. – 4 единицы; 17,5 долл. – 2 единицы. С другой стороны, по цене 50 долл. пользовались спросом 2 единицы товара; 30 долл. – 4 единицы; 20 долл. – 7 единиц; 15 долл. – 11 единиц. Построить графики спроса и предложения, определить, эластичен ли спрос. Найти равновесную цену.  Вы являетесь владельцем танцевальной студии, которая предлагает занятия по различным направлениям танца. Ваша студия находится в спальном районе города, где конкуренция среди танцевальных студий достаточно высока.  Исходные данные:  - Прямые затраты на аренду помещения, оплату труда преподавателей, покупку оборудования и материалов составляют 500 тыс. рублей в месяц.  - В вашей студии занимается 100 учеников, которые посещают занятия 2 раза в неделю.  - Средняя продолжительность занятия - 1 час.  - Вы хотите установить такую цену за одно занятие, чтобы покрыть все текущие затраты и получить прибыль. |
| 2.Рассчитывает показатели влияния внутренних и внешних факторов на экономические показатели организаций креативных индустрий. | ***Знать:***  - алгоритм проведения расчета финансово-экономических показателей  ***Уметь:***  - применять экономико-  статистические методы для прогнозирования финансово- экономических показателей | В результате повышения цены товара с 5 руб. до 6 руб. объем спроса сократился с 9 млн. штук до 7 млн. штук в год. Общий уровень цен не изменился. Определить коэффициент прямой эластичности спроса на товар по цене.  Правительство страны «Креативия» решило запустить национальную программу поддержки креативных индустрий. Цель программы - стимулировать развитие различных сфер креативных индустрий (музыка, кино, дизайн, искусство и т.д.) и создать благоприятные условия для роста числа малых и средних предприятий в этой области.  Для успешной реализации программы необходимо разработать эффективную ценовую стратегию, учитывающую следующие данные:  1. Финансовые данные:  - Общий бюджет программы: 1 миллиард крейдов (местная валюта);  - Ожидаемое количество проектов, которые получат поддержку: 1 000;  - Средняя сумма гранта на один проект: 50 0000 крейдов.  2. Целевые показатели:  - Увеличение числа зарегистрированных предприятий в креативных индустриях на 20% за год;  - Рост доходов от креативных индустрий на 15% за год;  - Увеличение занятости в креативных индустриях на 10% за год.  3. Рыночные данные:  - Текущий доход от креативных индустрий: 10 миллиардов крейдов в год.  - Количество зарегистрированных предприятий в креативных индустриях: 5 000;  - Численность занятых в креативных индустриях: 50 000 человек.  4. Программы поддержки:  - Прямые гранты на реализацию проектов;  - Субсидии на аренду помещений;  - Налоговые льготы для новых предприятий;  - Обучающие программы и консультации. |
| 3.Совершенствует формы организации труда и управления, а также плановой и учетной документации организации креативной индустрии на основе технических средств и специальных программных продуктов. | ***Знать:***  - как рассчитывать показатели на основе технических средств и специальных программных продуктов  ***Уметь:***  - рассчитывать показатели на основе технических средств и специальных программных продуктов | В таблице приведена информация об объемах индивидуального спроса потребителей А, В и С. Нарисовать кривые индивидуального и рыночного спроса. Составить уравнение, описывающее рыночный спрос.    Вы являетесь финансовым аналитиком в музыкальной продюсерской компании "Звук.Рекордс". Ваша задача — определить внешние и внутренние факторы, влияющие на финансово-экономические показатели компании, чтобы улучшить стратегическое планирование и управление ресурсами.  Известно, что на компанию могут влиять следующие факторы:  - Геополитическая ситуация  - Инновации  - Кадровая политика  - Качество продукции  - Конкуренция  - Маркетинговая стратегия  - Правовое регулирование  - Социальные тенденции  - Технологическое развитие  - Управление затратами  Задание:  - Определить, классифицировать и расшифровать внешние и внутренние факторы, которые могут повлиять на финансово-экономические показатели компании.  - Проанализировать, как каждый из этих факторов может повлиять на финансовые показатели компании.  - Разработать рекомендации по управлению этими факторами для улучшения финансово-экономических показателей компании. |
| ПКП-2  Способность использовать теоретико-методологические подходы для количественного измерения креативной экономики и креативных индустрий | 1. Выбирает и применяет статистические, экономико-математические методы и маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий. | ***Знать:***  - основные принципы проведения маркетинговых исследований количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий;  ***Уметь:***  - проводить маркетинговые исследования количественных и качественных показателей деятельности организаций креативных индустрий; | Обувная фирма реализовала в декабре 2023 г. через собственную розничную торговую сеть мужскую обувь по цене 16 000 руб. за пару. Издержки по производству и обращению этого товара составляют 13 000 руб. за пару. Объем продаж в декабре 100 тыс. пар обуви. Определить штучную прибыль, рентабельность по продажам, валовую прибыль. В январе фирма решила снизить цену на 5%, но при этом сохранить массу прибыли на уровне прошлого месяца. Определить предлагаемую цену, штучную прибыль, необходимый уровень продаж. Определить простой индекс физического объема.  Компания «АртТренд" занимается аналитическими исследованиями в сфере креативных индустрий. Ваша задача — проанализировать и оценить изменения на рынке креативных индустрий за последние пять лет, чтобы определить перспективные направления для инвестиций и разработки новых продуктов.  Исходные данные:  1. Статистические данные:  1.1. Рынок видеоигр:  - 2019 год: 100 миллиардов рублей  - 2025 год: 150 миллиардов рублей  1.2. Рынок стриминговых сервисов (музыка и видео):  - 2019 год: 50 миллиардов рублей  - 2025 год: 120 миллиардов рублей  1.3. Рынок цифрового искусства:  - 2019 год: 10 миллиардов рублей  - 2025 год: 70 миллиардов рублей  1.4. Рынок образовательных онлайн-платформ:  - 2019 год: 30 миллиардов рублей  - 2025 год: 90 миллиардов рублей  1.5. Рынок виртуальной и дополненной реальности (VR/AR):  - 2019 год: 20 миллиардов рублей  - 2025 год: 60 миллиардов рублей  2. Дополнительные данные:  2.1. Общая численность населения, активно потребляющего контент креативных индустрий:  - 2019 год: 30 миллионов человек  - 2025 год: 50 миллионов человек  2.2. Средние расходы на контент креативных индустрий на одного человека в год:  - 2019 год: 2 000 рублей  - 2025 год: 3 000 рублей  Задание:  - Рассчитать процентный рост каждого из указанных рынков креативных индустрий за последние пять лет.  - Определить, какой из рынков продемонстрировал наибольший абсолютный и относительный рост.  - Проанализировать динамику изменения общей численности населения, потребляющего контент креативных индустрий, и средних расходов на контент.  - Сделать выводы о наиболее перспективных направлениях для инвестиций и разработки новых продуктов на основе полученных данных. |
| 1. Готовит исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей, характеризующих деятельность отдельных организаций креативных индустрий и креативной экономики в целом. | ***Знать:***  - как готовить исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей  ***Уметь:***  готовить исходные данные для проведения расчетов и анализа экономических и финансово-экономических показателей | Составить калькуляцию себестоимости 100 пар мужских модельных ботинок. Определить прибыль от реализации одной пары ботинок. Составить структуру себестоимости и свободной отпускной цены одной пары ботинок.    Компания «КреативМедиа» специализируется на производстве и распространении цифрового контента, включая видеоролики, подкасты и веб-сериалы. В последние два года компания столкнулась с рядом проблем, которые негативно сказываются на её финансовых показателях и конкурентоспособности. Ваша задача — выявить основные проблемы компании и предложить решения для их устранения.  Исходные данные:  1. Финансовые показатели:  - Выручка: 2019 год — 50 миллионов рублей, 2025 год — 40 миллионов рублей;  - Чистая прибыль: 2019 год — 10 миллионов рублей, 2025 год — 2 миллиона рублей;  - Операционные расходы: 2019 год — 30 миллионов рублей, 2025 год — 35 миллионов рублей.  2. Маркетинг и продажи:  - Количество подписчиков на платформе компании: 2019 год — 1 миллион, 2025 год — 800 тысяч;  - Эффективность рекламных кампаний снизилась, показатели конверсии снизились на 20% за последние два года.  3. Техническая сторона:  - Случаются технические сбои;  - Не самое новое ПО;  4. Кадровая политика:  - Текучесть кадров; среди ключевых сотрудников, включая ведущих продюсеров и маркетологов;  - Отсутствие обучения персонала;  5. Конкуренция:  - Появление новых конкурентов с более современными технологиями и агрессивной маркетинговой стратегией;  - Потеря части рыночной доли из-за оттока пользователей к конкурентам.  Задание:  - Определить основные проблемы компании «КреативМедиа» на основе представленных данных.  - Предложить конкретные меры по устранению выявленных проблем.  - Оценить возможные результаты предложенных мер по улучшению финансовых показателей и конкурентоспособности компании. |
|  | 1. Проводит расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | ***Знать:***  - как проводить расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов.  ***Уметь:***  - проводить расчеты экономических и финансово-экономических показателей на основе типовых методик с учетом нормативных правовых актов. | Известны следующие данные: себестоимость изделия –  5 100 руб., ставка акциза 45%, НДС – 20%, свободная отпускная цена подакцизного товара с НДС – 21 400 руб., ССН – 6%, торговая надбавка – 25%.  Определить:  1) свободную розничную цену изделия при условии, что товар поступает в розничную торговлю через оптовую базу;  2) прибыль предприятия от реализации изделия по свободным отпускным ценам.  Функция спроса населения на данный товар: QD = 9 – P. Функция предложения данного товара: QS = – 6 + 2P.  1). Предположим, на данный товар введен потоварный налог, уплачиваемый продавцом, размером 1,5 руб. на штуку.  Определить равновесную цену (с включением и без включения налога), равновесный объем продаж. Сделать рисунок.  2). Предположим, на данный товар введен потоварный налог, уплачиваемый продавцом, размером  25% от цены, уплачиваемой покупателем.  Определить равновесную цену (с включением и без включения налога), равновесный объем продаж.  Сделать рисунок.  3). Предположим, за каждую проданную единицу товара производители получают дополнительно 1,5 руб. из госбюджета. Определить равновесную цену (с дотацией и без нее), равновесный объем продаж. Сделать рисунок.  4). Предположим, на данный товар введен потоварный налог, уплачиваемый продавцом, размером  1,5 руб. на штуку. Одновременно правительство установило фиксированную розничную цену (включая налог) в 5 руб.  Определить избыточный спрос |

**Примерный перечень вопросов для подготовки к зачету**

1. Цена как экономическая категория

2. Формирование рыночной стоимости и цены

3. НДС как элемент цены. Сущность НДС

4. Классификация затрат в зависимости от способа их включения в себестоимость продукции

5. Функции цен

6. Взаимодействие цены, спроса и предложения

7. Себестоимость как основной элемент цены

8. Факторы, оказывающие влияние на формирование цен

9 Методы ценообразования: содержание, достоинства, недостатки, сфера применения

10 Структура свободных розничных цен. Порядок их расчета на товары отечественного производства

11 Роль прибыли в формировании цен

12 Ценообразование на различных типах рынков

13 Цены внешнеэкономических сделок

14 Методы государственного регулирования цен в РФ

15 Сущность цен справочных, прейскурантов, каталогов, проспектов

16 Надбавки к свободным ценам: сущность, виды, формирование, сфера, практика

установления

17 Понятие цены контракта и ее определение. Контракт купли-продажи

18 Механизм взаимосвязи между ценой, объемом реализации и прибылью

19 Взаимодействие цен и инфляции в современных условиях

20 Взаимосвязь цен и кредита как стоимостных категорий

21 Установление цен при различных формах сбытовой политики

22 Влияние монополии на уровень и динамику цен

23 Цены на информационные услуги и нематериальные активы

24 Формирование цен на бытовые услуги и услуги ЖКХ

25 Законодательное регулирование ценообразования в РФ

26 Формирование цен на услуги транспорта и связи

27 Полезность товара как основа его оценки покупателем

28 Механизм определения общей экономической ценности товара

29 Необходимая информация, используемая до и после установления цен

30 Проблемы ценообразования в современной экономике РФ. Демпинговые цены

31 Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.

**8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

## Основная литература:

1. Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2023. - 246 с. - ISBN 978-5-394-05463-1. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2085561 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

2. Ценообразование : учебник / под ред. проф. В. А. Слепова. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. — 304 с. — (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0455-0. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.ru/catalog/product/2086781 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

**Дополнительная литература:**

3. Палилей, А. В. Танец и методика его преподавания: русский народный танец : учебное пособие для вузов / А. В. Палилей. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 110 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11141-5. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495500 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

4. Кожевников, Ю. Н. Ценообразование на рынках разных типов : учебно-методическое пособие по выполнению индивидуального задания по дисциплине «Основы ценообразования» / Ю. Н. Кожевников, М. В. Дунаев. - Москва : РУТ (МИИТ), 2018. - 47 с. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/1896148 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

5. Креативный менеджмент : учебник / А. А. Степанов, М. В. Савина, В. И. Салыгин [и др.] ; под ред. д. э. н., проф. А. А. Степанова и д. э. н., доц. М. В. Савиной. - б-е изд., перераб. и доп. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и Кº», 2023. - 318 с. - ISBN 978-5-394-05417-4. - ЭБС ZNANIUM. - URL: https://znanium.com/catalog/product/2082992 (дата обращения: 31.05.2024). – Текст : электронный.

6. Рязанова, О. Е. Креативная экономика : учебное пособие / О. Е. Рязанова, Л. С. Леонтьева, Л. Н. Орлова, В. П. Золотарева. — Москва : КноРус, 2022. — 133 с. — ISBN 978-5-406-09201-9. — (Бакалавриат и магистратура). — ЭБС BOOK.ru. — URL: https://book.ru/book/943017 (дата обращения: 31.05.2024). — Текст : электронный.

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

* + 1. <https://minenergo.gov.ru/> - Министерство энергетики Российской Федерации
    2. <http://economy.gov.ru/minec/main> - Министерство экономического развития Российской Федерации
    3. <https://tpprf.ru/ru/> - Торгово-промышленная палата Российской Федерации
    4. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики.
    5. <http://center-esipova.ru/proekty/zhurnal-tek-strategii-razvitiya/> - ТЭК: стратегии развития
    6. <http://www.ogeco.ru/> - онлайн бизнес справочник нефтегазовых и электротехнических компаний России.
    7. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - Справочная правовая система «Консультант Плюс».
    8. РосБизнесКонсалтинг (РБК): материалы аналитического и обзорного характера. - http:// [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
    9. Электронные ресурсы БИК:
* Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
* Электронно-библиотечная система BOOK.RU http://www.book.ru
* Электронно-библиотечная система Znanium http://www.znanium.ru
* Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
* Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» http://biblioclub.ru/
* Электронно-библиотечная система «Лань» https://e.lanbook.com/
* Электронно-библиотечная система издательства «Проспект» <http://ebs.prospekt.org/books>
* Справочно-образовательная система Актион 360 https://action360.ru/
* Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
* Электронная библиотека издательства «МИФ» («Манн, Иванов и Фербер») https://fa.miflib.ru/auth/#/registration
* Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» https://grebennikon.ru/
* Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
* Национальная электронная библиотека http://нэб.рф/
* Финансовая справочная система «Финансовый директор» http://www.1fd.ru/
* Ресурсы информационно-аналитического агентства по финансовым рынкам Cbonds.ru https://cbonds.ru/
* СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
* Платформа STATISTA <https://www.statista.com/>
* Информационная система «Континент-WWW» <http://continent-online.com/>
* Электронная коллекция книг издательства Springer: Springer eBooks <http://link.springer.com/>
* Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
* Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
* Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Неnrу Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
* Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
* CNKI. Academic Reference<https://ar.oversea.cnki.net/>
* CNKI. China Academic Journals Full-text Database<https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
* **JSTOR. Arts & Sciences I Collection** <https://www.jstor.org/>
* Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
* Библиотека электронных публикаций Организации экономического сотрудничества и развития OECD iLibrary <https://www.oecd-ilibrary.org/>
* Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления» http://eduvideo.online/
* База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
  + 1. КиберЛенинка - научная электронная библиотека -www.cyberleninka.ru

# **10.** **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Самостоятельная работа студентов реализуется в соответствии с приказом Финансового университета от 11.05.2021 № 1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете». Промежуточная аттестация проводится в соответствии с приказом Финансового университета от 23.03.2017 № 0557/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете». Кафедрой могут разрабатываться дополнительные методические рекомендации для отдельных форм проведения аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов.

# **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

## 11. 1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office;

2. Антивирус Kaspersky

3.Microsoft Power BI

4.Альт-Инвест

5.Проджект-Эксперт

## 11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Справочная правовая система «КонсультантПлюс» – www.consultant.ru
2. Справочная правовая система «Гарант» – <http://www.garant.ru>
3. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) http://elib.fa.ru/
4. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» https://urait.ru/
5. Научная электронная библиотека eLibrary.ru http://elibrary.ru
6. СПАРК <https://spark-interfax.ru/>
7. Пакет баз данных компании EBSCO Publishing, крупнейшего агрегатора научных ресурсов ведущих издательств мира http://search.ebscohost.com

## 11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

# **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для обеспечения обучения по дисциплине необходима следующая материально-техническая база:

аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;

библиотека, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет.