

Аннотация дисциплины
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ»

Цель дисциплины:

- формирование знаний о классических приемах владения ценовым инструментом маркетинга, методах грамотной ценовой политики на основе знания сущности цен, их рыночных взаимосвязей и зависимостей, закономерностей поведения.

Краткое содержание:

Основы ценообразования. Цена как экономическая категория: сущность, функции и виды цен. Сущность и определение цены как экономической категории. Система цен в экономике. Принципы дифференциации и виды цен. Экономические функции цен. Состав и структура цены финансовых продуктов. Формирование ценовой политики финансовой организации. Определение и сущность ценовой политики организации. Принципы формирования ценовой политики организации. Финансовые цели формирования ценовой политики. Маркетинговые цели формирования ценовой политики. Внутренние и внешние факторы, определяющие разработку ценовой политики. Этапы процесса разработки политики. Сбор информации о конкурентах. Сбор информации о затратах. Сбор информации о конкурентах. Уточнение целей финансовой политики. Уточнение целей маркетинговой политики. Эластичность спроса и ее влияние на ценовую политику организации. Ценообразование и жизненный цикл. Особенности ценообразования при различной конкурентной структуре финансового рынка. Стратегия и методология управления ценами на финансовом рынке. Государственное регулирование и контроль ценообразования на финансовом рынке. Практические аспекты управления ценами на финансовом рынке.