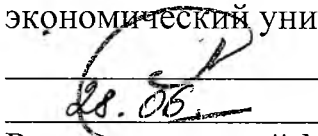


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 А.В. Егоров
2024.

Регистрационный № УД 6076-24уч.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальностей
6-05-0413-01 «Коммерция»,
6-05-0413-02 «Товароведение»

2024

Учебная программа составлена на основе образовательных стандартов общего высшего образования ОСВО 6-05-0413-01-23 «Коммерция», ОСВО 6-05-0413-02-23 «Товароведение», учебных планов по специальностям 6-05-0413-01 «Коммерция», 6-05-0413-02 «Товароведение».

СОСТАВИТЕЛЬ:

А.И. Ерчак, доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Н.В. Мельникова, начальник управления организации торговли и общественного питания Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь;

Н.Е. Свирейко, заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»;
(протокол № 7 от 14.03.2024 г.);

Методической комиссией по специальностям «Коммерческая деятельность», «Коммерция», «Экономика и управление на рынке недвижимости», «Экономика» (профилизация «Экономическое и антимонопольное регулирование») учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 7 от 25 марта 2024 г.);

Методической комиссией по специальностям «Товароведение и экспертиза товаров», «Товароведение» «Товароведение и торговое предпринимательство» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 6 от 3 апреля 2024 г.);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 8 от 27.06.2024).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле» направлена на формирование навыков и компетенций в области теории цен и практики их формирования, поскольку цены сегодня представляют собой, по сути, сердцевину любого хозяйственного механизма и любого экономического учения. В ценах находят отражение все основные политические, экономические и социальные проблемы развития общества. Цены определяют структуру продаж, оказывают огромное воздействие на движение материальных и денежных потоков, распределение товарной массы, уровень благосостояния населения. Они определяют конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, доходы от реализации товаров и услуг, прибыль, рентабельность, степень финансовой независимости и другие показатели деятельности.

Актуальность изучения принципов теории и практики формирования цен заключается в том, что экономические результаты деятельности любого субъекта хозяйствования в современных условиях зависят от избранной политики и стратегии ценообразования. Цены определяют структуру продаж, оказывают огромное воздействие на движение материальных и денежных потоков, распределение товарной массы, уровень благосостояния населения. Они определяют конкурентоспособность организаций, доходы от реализации, прибыль, рентабельность, степень финансовой независимости и другие показатели деятельности.

Цель изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» – научно-методическое обеспечение формирования профессиональных знаний о разработке и управлении цен на товары и тарифами на услуги для обеспечения устойчивого развития организациям, осуществляющим коммерческую деятельность.

Достижение поставленной цели предполагает решение следующих **задач**:

- сформировать у обучающихся представление о роли цены в экономическом механизме управления организациями;
- сформировать у обучающихся представление об экономической сущности цены и факторов, ее обуславливающих, взаимосвязи между различными видами цен;
- ознакомить обучающихся с механизмом и методами государственного регулирования цен;
- сформировать у обучающихся представление об особенностях формирования цен на товарных рынках;
- ознакомить обучающихся с критериями обоснованности формируемых цен;
- сформировать у обучающихся представление о механизме формирования цен в сфере товарного обращения;

- сформировать у обучающихся представление о целях, сущности и видах ценовых политик, стратегий и скидок в торговой сфере;
- ознакомить обучающихся с методами расчета отпускных цен, цен оптовых торговых организаций, розничных цен, торговых надбавок, наценок и др.;
- ознакомить обучающихся с механизмом формирования цены внешнеторгового контракта;
- ознакомить обучающихся с механизмом управления ценами.

В результате изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» для обучающихся по специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» формируется специализированная **компетенция**:

СК-19. Разрабатывать оптимальный механизм ценообразования и формировать ценовую политику.

В результате изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» для обучающихся по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» формируется базовая профессиональная **компетенция**:

БПК-8. Применять управленческие решения в области ценообразования и оценивать их эффективность.

В ходе изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- вопросы теории и практики рыночного ценообразования;
- основные методы установления цен;
- методы государственного регулирования цен;
- особенности определения цен на продукцию организаций, поставляющих товары на потребительский рынок;
- особенности определения цен на товары и услуги на потребительском рынке;
- особенности формирования цен внешнеторговых контрактов;

уметь:

- формировать цены по стадиям товародвижения с учетом зачетного механизма исчисления налога на добавленную стоимость;
- обосновывать величину себестоимости и сумму прибыли, включаемых в цены;
- рассчитывать сумму налогов и неналоговых платежей в цене с учетом действующего законодательства;
- обосновывать принятие ценовых решений в рамках ценовой политики организации;

владеть:

- методами планирования себестоимости, определения налогов для включения в цену;
- методами определения уровней цен;
- навыками обоснования необходимости изменения ценовых решений.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине

обучающийся по программе общего высшего образования должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной жизни страны.

Учебная дисциплина «Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» относится к модулю «Операции на товарных рынках» компонента учреждения образования.

Учебная дисциплина «Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» входит в модуль «Экономика торговли» государственного компонента.

Учебная дисциплина «Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» связана с изучением таких дисциплин, как «Экономика отрасли», «Исследование и анализ рынка ресторанных услуг и питания», «Исследование и анализ товарных рынков», «Экономическая стратегия организации».

Для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» освоение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» требует изучения учебных дисциплин модуля «Экономика отрасли».

Учебная дисциплина для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» связана с изучением таких дисциплин, как «Экономика отрасли», «Коммерческая деятельность».

Для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» освоение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» требует изучения учебной дисциплины «Экономика» модуля «Экономика».

Форма получения образования – дневная, заочная, заочная (на базе ССО).

В соответствии с учебным планом университета для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» на изучение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» в рамках дневной формы обучения в 5 семестре отводится:

общее количество учебных часов – 166, аудиторных – 76 часов, из них лекции – 38 часов, практические занятия – 34 часов; лабораторные занятия – 4 часа.

Самостоятельная работа студента – 90 часов.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» в рамках заочной формы обучения отводится:

общее количество учебных часов – 166, аудиторных – 16 часов, из них лекции – 8 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные занятия – 2 часа.

Распределение аудиторного времени по семестрам:

7 сессия - лекции 2 часа;

8 сессия - лекции 6 часов, практические занятия – 6 часов, лабораторные занятия -2 часа.

Самостоятельная работа студента – 150 часов.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция» в рамках заочной формы обучения (на базе ССО) отводится:

общее количество учебных часов – 166, аудиторных – 10 часов, из них лекции – 6 часов, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 2 часа.

Распределение аудиторного времени по семестрам:

5 сессия - лекции 2 часа;

6 сессия - лекции 4 часа, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия -2 часа.

Самостоятельная работа студента – 156 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 5 з.е.

Форма промежуточной аттестации – экзамен.

В соответствии с учебным планом университета для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» на изучение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» в рамках дневной формы обучения во 7 семестре отводится:

общее количество учебных часов – 102, аудиторных – 52 часов, из них лекции – 28 часов, практические занятия – 24 часа.

Самостоятельная работа студента – 50 часов.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» в рамках заочной формы обучения (на базе ССО) отводится:

общее количество учебных часов – 102, аудиторных – 10 часа, из них лекции – 6 часов, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия -2 часа.

Распределение аудиторного времени по семестрам:

6 сессия - лекции 2 часа;

7 сессия - лекции 4 часов, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия -2 часа.

Самостоятельная работа студента – 92 часа.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 3 з. е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Экономическое содержание категории «цена». Трансформация методологии ценообразования

Цена как экономическая категория. Место цены в системе стоимостных экономических категорий. Понятие, сущность и объективная необходимость системы цен. Цели и задачи цены. Эволюция теории цен. Цена как фактор уровня жизни населения. Роль цен на уровне мировой экономики, макро-, мезо- и микроэкономики.

Функции цен как внешнее проявление ее внутреннего содержания: учетная, стимулирующая, распределительная и перераспределительная, сбалансирования спроса и предложения, информационная, критерия рационального размещения производства и использования ресурсов.

Ценообразующие факторы. Факторы, проявляющиеся на макро-, мезо-, микроуровнях управления хозяйством. Факторы, зависящие от деятельности предприятия (внутренние) и не зависящие (внешние). Факторы, содействующие росту или снижению цен.

Система цен и признаки, лежащие в ее основе. Виды цен и их классификация. Дифференциация цен в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения: закупочные и заготовительные цены на сельскохозяйственную продукцию; оптовые цены на продукцию промышленности; цены на строительную продукцию; тарифы грузового и пассажирского транспорта; розничные цены; тарифы на коммунальные и бытовые услуги, оказываемые населению.

Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов: цены в месте производства продукции; единая цена с включением расходов по доставке; зональные цены; цены, определяемые на основе базисного пункта.

Степень свободы цен от воздействия государства при их определении — как классификационный признак цен. Свободные, регулируемые, фиксированные цены. Классификация цен в зависимости от степени новизны товара; обслуживаемого объекта и степени его участия в формировании цен: контрактные, справочные, мировые, цены международной торговли, удельных стоимостей, номинальные, паритетные, базисные, аналогов, преysкурантные цены, цены, используемые в учете и статистике.

Взаимосвязь между различными видами цен. Связь цены с другими экономическими категориями и явлениями. Взаимосвязь цен с финансово-кредитной системой. Взаимодействие цен и налогов. Взаимосвязь цен и денежного обращения. Тенденции динамики изменения цен в условиях переходной экономики. Индексы цен и методы их исчисления.

Тема 2. Цены в механизме функционирования национальной экономики

Национальная экономика и роль цены в обеспечении её эффективности. Организационное построение системы ценообразования в Республике Беларусь. Ценовая политика Республики Беларусь и её инструменты.

Государственное регулирование цен и ценообразования. Целесообразность и необходимость вмешательства государства в рыночное ценообразование. Методы государственного регулирования цен. Прямое регулирование цен через политику «ценового пола», «ценового потолка», «ценового коридора». Косвенное регулирование цен путем воздействия государства на факторы образования цен. Опыт регулирования цен государством в отдельных зарубежных странах.

Инфляция и ее воздействие на экономику страны и доходы населения. Методы борьбы с инфляцией, таргетирование инфляции.

Методы прямого и косвенного государственного регулирования цен, применяемые в Республике Беларусь. Регулирование цен производителей и торговых организаций, организаций импортеров; цен на социально-значимые товары и услуги; цен организаций, доминирующих на рынке (реестр организаций монополистов, декларирование цен, ограничение норматива рентабельности, запрещение установления монопольно высоких, монопольно низких цен, монополистических цен, антиконкурентных ценовых соглашений); регулирование цен естественных монополий.

Организация контроля за ценами. Понятие государственной дисциплины цен. Техника проведения мониторинга цен и контрольных проверок. Основные виды нарушений государственной дисциплины цен. Экономические и административные санкции за нарушения государственной дисциплины цен.

Государственные органы ценообразования и антимонопольной политики, контроля за ценами в Республике Беларусь, их задачи и функции. Задачи и функции отделов ценообразования, функциональные обязанности специалистов, занимающихся вопросами определения цен в организации.

Тема 3. Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия

Механизм ценообразования: сущность и содержание. Затратный и рыночный механизм формирования цен: различия, логика и последовательность действий, достоинства и недостатки, условия применения.

Ценовая политика организации. Виды ценовой политики. Элементы ценовой политики. Факторы, определяющие выбор ценовой политики. Этапы построения ценовой политики. Активная и пассивная ценовая политика. Цено-

вые политики отражения в ценах качества реализуемых товаров. Ценовые политики, преследующие цели укрепления финансового положения фирмы. Политика цен жизненного цикла товаров. Политика психологического ценообразования. Особенности восприятия цен потребителями. Эффект «некруглых чисел». Эффект сравнения. Эффект «различного восприятия выгод и потерь». Эффект размерности цены. Эффект справедливости. Методика разработки ценовой политики торговой организации. Этапы построения ценовых политики в торговле и общественном питании и их характеристика. Факторы, оказывающие влияние на выбор ценовой политики.

Взаимосвязь целей ценообразования с целями функционирования торговых организаций. Задачи ценообразования. Задача выживаемости предприятия; цены, ее реализующие. Стратегические и тактические цели ценовой политики. Максимизация прибыли как задача, цель организации и ценообразования. Цели, основанные на удержании рынка по объемам сбыта и качеству обслуживания покупателей.

Определение спроса как этап ценовой политики торговой организации. Зависимость между ценой, товарооборотом и уровнем спроса. Анализ расходов для целей ценообразования. Методика проведения анализа. Верхний и нижний уровень цен.

Изучение цен конкурентов — важнейшая предпосылка повышения обоснованности ценового решения на потребительском рынке. Мониторинг цен. Методы тестирования цен на рынке.

Система методов ценообразования, разработанная и апробированная отечественной и зарубежной практикой. Зависимость выбора метода ценообразования от целевых ориентиров деятельности организаций, общего состояния экономики, уровня государственного регулирования процессов ценообразования, целей торговых переговоров. Методы ценообразования, основанные на расходах на реализацию товаров и область их применения. Ценовой метод полных, стандартных (нормативных), прямых стандартных затрат. Параметрические методы ценообразования: методы отражения в цене потребительских свойств и качества товаров, метод удельной цены, агрегатный метод, балловый метод, ценовой метод, построенный на основе корреляционно-регрессионного анализа. Метод аналогов. Требования к обоснованности выбора метода формирования цен на основе качественных параметров. Условия применения параметрических методов в торговле. Метод определения цен с ориентацией на спрос: суть, перспективы, особенности, достоинства и недостатки метода. Конкурентное ценообразование. Условия применения, разновидности. Метод текущей цены. Метод "запечатанного конверта" или тендерного ценообразования. Метод следования за лидером. Метод ориентации на рыночные цены.

Ценовая стратегия. Виды ценовых стратегий, их различия и возможности

использования. Стратегии дифференцированного, конкурентного и ассортиментного ценообразования. Ценовая тактика и ее значение при формировании цен. Тактика низких, высоких и рыночных цен. Скидки, как инструмент тактического ценообразования. Виды скидок. Кумулятивные и некумулятивные скидки за объем покупки. Ступенчатые скидки. Сезонные скидки. Скидки «сконто». Скидки за отсрочку платежа. Праздничные скидки. Скидки в натуральной форме. Скидки постоянным покупателям и дисконтные карты. Купоны, бонусы и зачеты и возможности их использования в ценообразовании. Особенности формирования ценовых стратегий и тактик в торговле. Стратегия «ежедневно низких цен». Стратегия «высоких/низких цен». Стратегия «убыточного лидера» и ее применение в торговле. Стратегия «ценовых линий». Стратегии пакетного ценообразования в торговле. Стратегия «убийц категорий»: особенности и риски применения. Стратегия случайных скидок. Разновидности скидок с оптовых и розничных цен: суть, назначение, источники применения. Достоинства скидок. Недостатки скидок. Опасности, связанные с предоставлением скидок. Ценовые войны на потребительском рынке.

Модификации цен, планируемые в рамках общей ценовой политики и стратегии предприятия торговли. Модификации цен по географическому принципу; через систему скидок для стимулирования сбыта; ступенчатое снижение цен по предлагаемому ассортименту товаров. Условия и возможности дифференциации цен на потребительском рынке.

Информационное обеспечение и его значение при формировании цен. Источники ценовой информации. Методы сбора и обработки ценовой информации. Тестирование цен и его виды. Лестница цен. Метод PSM. Ценовые эксперименты. Совмещенный анализ.

Концепция эластичности и ее использование в ценообразовании. Прямая эластичность спроса по цене: понятие, исчисление, способы применения, факторы, их определяющие. Перекрестная эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу и ее влияние на спрос и принятие решения по ценам. Обстоятельства, снижающие эластичность спроса от цены. Характеристики взаимосвязи эластичности спроса и прибыли. Методы определения эластичности спроса по цене. Ценовая чувствительность покупателей. Факторы, влияющие на ценовую чувствительность на потребительском рынке и рынке продукции производственно-технического назначения. Ограничения и возможности применения показателя эластичности спроса от цены при изменении цен.

Учет качества потребительских товаров при формировании цен. Объективное и субъективное качество товаров, объективная и субъективная цена и их взаимосвязь. Внешние и внутренние сигналы качества. Цена, как внешний сигнал качества. Условия, при которых покупатели определяют

качество потребительских товаров по внешним сигналам. Ценность, как мера взаимосвязи цены и качества потребительских товаров. Покупательские стратегии выбора товара и максимизации ценности.

Оценка эффективности избранной политики построения цен. Выбор критериев эффективности ценообразования на рынке. Методы и показатели оценки эффективности ценовой политики.

Тема 4. Формирование отпускных цен на потребительские товары

Сущность и значение отпускных цен. Особенности формирования отпускных цен на товары народного потребления. Методика формирования отпускных цен.

Расходы на производство и реализацию и их группировка. Значение группировок затрат для целей ценообразования в оптово-посреднической деятельности. Группировка затрат по экономическому содержанию, калькуляционным статьям, способу отнесения, в зависимости от объема производства и реализации. Деление затрат на плановые, фактические, явные и неявные, скрытые, безвозвратные, основные и накладные, постоянные и переменные, предельные и их учет при определении целей ценовой политики организации и границ цен. Себестоимость продукции — основной элемент цены на продукцию собственного производства. Калькуляция затрат: сущность, значение, виды. Плановая и фактическая, прямая и обратная калькуляция, калькуляция по полным и сокращенным затратам. Методы калькулирования затрат с учетом отраслевой специфики. Производственная и полная себестоимость.

Прибыль как элемент цены и результат деятельности организации. Факторы, определяющие прибыльность организации и выпускаемой (реализуемой) продукции. Влияние изменения цен и затрат на прибыль организации. Обоснование суммы прибыли, включаемой в цену продукции собственного производства. Методы определения нормы рентабельности для целей ценообразования.

Отражение в цене продукции собственного изготовления косвенных налогов, неналоговых платежей и отчислений в соответствии с действующей системой налогообложения. Зачетный метод исчисления налога на добавленную стоимость. Порядок обоснования цен методом обратного счета.

Использование различных условий поставки товара, определяемых договором поставки между продавцами и покупателями. Понятия "франко" и "франкировка". Факторы, определяющие выбор условий "франкировки". Методы учета в отпускных ценах транспортных расходов при различных базисных условиях поставки.

Трансфертные цены и их значение. Виды трансфертных цен. Цели

применения трансфертных цен в ценообразовании на внутреннем и внешних рынках. Факторы, определяющие выбор метода установления трансфертных цен. Порядок обоснования трансфертных цен. Методы установления трансфертных цен. Государственное регулирование трансфертных цен.

Особенности формирования закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию, поставляемую в розничную торговую сеть. Методика формирования закупочных цен. Государственное регулирование закупочных цен. Формирование закупочных цен на социально-значимую плодоовощную продукцию. Свободные закупочные цены и методы учета качества в них. Заготовительные надбавки и отпускные цены на сельскохозяйственную продукцию.

Особенности формирования цен в оптовой коммерческой деятельности. Основополагающие нормативные документы, определяющие порядок расчета цен в оптовой торговле. Методы государственного регулирования цен в оптовой торговле. Снабженческо-сбытовые наценки, их значение. Порядок формирования и установление цен в снабженческо-сбытовых организациях. Методика формирования оптовых надбавок. Оптовые скидки и методика их применения. Обоснование оптовых надбавок и скидок.

Особенности формирования и расчета цен на посреднические услуги. Общие подходы к определению цен посреднических услуг. Методы государственного регулирования посреднической деятельности при продаже товаров. Оформление цен в оптово-посреднической деятельности.

Тема 5. Формирование розничных цен и тарифов на услуги на потребительском рынке

Роль и назначение розничных цен в формировании потребительских рынков и жизненного уровня населения. Особенности формирования цен в розничной торговле. Элементы розничной цены. Торговые надбавки (торговые скидки) — цены торговых услуг розничного продавца. Расчет торговых надбавок и скидок. Особенности формирования розничных цен на продовольственные и непродовольственные товары. Специфика расчета цен на социально-значимые товары. Особенности установления розничных цен на сельскохозяйственную продукцию, на реимпортируемые товары, товары импортного производства, реализуемые за рубли и за иностранную валюту, товары, реализуемые организациями розничной торговли, осуществляющими беспрошлинную торговлю. Порядок расчета торговых скидок при реализации товаров по ценам, согласованным с поставщиком. Взаимосвязь розничной надбавки и скидки с цены. Права производителя по определению конечных оптовых и розничных цен на выпускаемую продукцию.

Причины, обуславливающие необходимость изменения розничных цен.

Факторы, способствующие росту или снижению розничных цен. Сценарий взаимодействия: изменение цены — изменение прибыли. Цена и эффект масштаба в розничной торговле.

Условия применения скидок. Обоснование системы скидок в розничной торговле, скидки на сезонные товары, скидки за большой объем покупки, скидки по соглашению с поставщиком (основанные на принципе «деления прибыли»). Уценка товаров. Причины проведения. Разовые крупномасштабные уценки. Проведение многократных "скользящих" уценок. Методы выбора масштаба и времени уценки.

Порядок формирования цен на дополнительные услуги в розничной торговле. Оформление документов по розничным ценам. Порядок округления розничных цен.

Особенности ценообразования в организациях общественного питания. Цены и наценки общественного питания, их назначение, применение, размеры. Методы калькулирования цен на продукцию общественного питания. Особенности формирования продажных цен на продукцию общественного питания, реализуемую по утреннему, обеденному и вечернему меню в различных типах организаций. Порядок определения продажных цен на блюда собственного изготовления; покупные товары; покупные товары, реализуемые в розлив и порционно. Особенности ценообразования в школьных и студенческих столовых. Основные ценовые документы на предприятиях общественного питания и порядок их составления. Государственное регулирование цен на продукцию общественного питания.

Особенности формирования тарифов на бытовые услуги, оказываемые населению. Методика формирования тарифов на бытовые услуги. Тарифы на единичные услуги, оказываемые организациями бытового обслуживания. Надбавки и скидки к тарифам на бытовые услуги.

Тема 6. Ценообразование при осуществлении внешнеторговой деятельности

Взаимосвязь цен и методов ценообразования на внутреннем и внешнем рынках. Исходные предпосылки к разработке внешнеторговых цен и этапы их установления, структура и схема разработки цены внешнеторгового контракта. Цели, задачи и тактики внешнеторгового ценообразования. Минимальная и максимальная границы внешнеторговой цены. Методика расчета минимальной экспортной цены при условии, что целью экспорта является: расширение рынка сбыта продукции, получение валютной выручки, необходимость импорта. Ценовой анализ и ценовое прогнозирование. Информационное обеспечение внешнеторгового ценообразования.

Методы калькулирования внешнеторговых цен. Прямая и обратная техника калькулирования. Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта.

Основные требования к обоснованности внешнеторговых цен. Последовательность включения отдельных элементов базисной контрактной цены при предварительной их калькуляции. Методы предварительного калькулирования себестоимости, издержек обращения и прибыли.

Механизм изучения цен конкурентов на аналогичные товары. Конкурентный лист и его назначение. Содержание конкурентного листа. Внесение коммерческих поправок – способ приведения привлекаемых для расчета цен конкурентных материалов к единым коммерческим условиям приобретения. Учет качества и технико-экономических различий во внешнеторговой цене. Поправки на валюту цены, валюту платежа, условия платежа и курс валют. Серийность производства и ее учет в цене. Поправка на количество. Поправка на инфляцию. Поправки на сроки поставки и скольжение. Согласование цены внешнеторгового контракта. Система ценовых скидок, используемая в практике внешней торговли. Включение налогов и пошлин во внешнеторговую цену. Определение окончательной цены и ее отражение в контракте. Приведение цен к базисным условиям поставки.

Методика расчета экспортируемых из Республики Беларусь и импортируемых в Республику Беларусь товаров. Особенности формирования цен на импортируемые товары. Управление затратами как условие обеспечения конкурентоспособности товаров, реализуемых оптовыми организациями, по цене. Методы включения налогов и неналоговых платежей в отпускную цену импортера и цену оптовой организации с учетом действующего в Республике Беларусь законодательства. Оценка эффективности внешнеторговых сделок через механизм ценообразования.

Тема 7. Методы управления ценами на потребительском рынке

Причины, обуславливающие необходимость изменения цен. Факторы, способствующие росту или снижению цен. Оценка взаимодействия цены, затрат, прибыли, продаж — основа изменения цен. Сценарий взаимодействия: изменение цены — изменение прибыли. Цена и эффект масштаба.

Инициативное изменение цен: снижение, повышение. Реакция потребителей и конкурентов на изменение цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами, результаты рекламных мероприятий и жизненный цикл товара. Условия, при которых снижение цен может быть прибыльно. Источники возмещения потерь, связанных со снижением цен.

Порядок расчета и обоснования размера скидок с цены. Методы расчета оптимального и максимально допустимого размера скидки. Обоснование системы скидок в розничной торговле, скидки на сезонные товары, скидки за большой объем покупки, скидки по соглашению с поставщиком (основанные на принципе «деления прибыли»). Причины проведения.

Установление цен на новые товары: подлинные новинки, товары-имитаторы. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.

Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений. Особенности проведения анализа условий безубыточности при обосновании инвестиционных вложений, при изменениях цен, при изменениях цен и при непостоянстве затрат. Оценка инфляционного ожидания.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ»

Дневная форма получения высшего образования

для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»

№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы			
						лекции	практические		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5 семестр									
1	Экономическое содержание категории «цена». Трансформация методологии ценообразования	4						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
1	Виды цен и их классификация		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9],	Опрос
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	4						[1], [3] [4]	Дискуссия
2	Формирование цен с учетом требований регулирования цен производителей и торговых организаций, организаций-импортеров		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10], [15]	Опрос, проверка учебного задания
2	Организация контроля за ценами		2					[14], [15] [16], [17]	Проверка учебного задания

3	Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	6						[1], [2] [4]	Дискуссия
3	Система методов ценообразования		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
3	Стратегии дифференцированного, конкурентного и ассортиментного ценообразования		4					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Опрос контрольная работа №1
3	Лабораторное занятие. Ценовая чувствительность покупателей				2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
4	Формирование отпускных цен на потребительские товары	6						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
4	Обоснование цен методом прямого и обратного счета		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
4	Обоснование оптовых надбавок и скидок		4					[4], [7] [8]	Проверка учебного задания контрольная работа №2
5	Формирование розничных цен и тарифов на услуги на потребительском рынке	6						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
5	Расчет торговых надбавок и скидок		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания

5	Обоснование системы скидок в розничной торговле		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Опрос, проверка учебного задания
5	Цены и наценки общественного питания		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
5	Лабораторное занятие. Обоснование изменения розничных цен				2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
6	Ценообразование при осуществлении внешнеторговой деятельности	6						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
6	Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта.		4					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	6						[9], [10] [11]	Дискуссия
7	Методы расчета оптимального и максимально допустимого размера скидки		4					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания контрольная работа №3
7	Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
	Всего часов	38	34		4				Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ»
Заочная форма получения высшего образования
для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»

№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	2				[1], [3] [4]	Дискуссия
Итого 7 сессия		2					
3	Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	2				[1], [2] [4]	Дискуссия
3	Система методов ценообразования		2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
3	Лабораторное занятие. Ценовая чувствительность покупателей				2	[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
4	Формирование отпускных цен на потребительские товары	2				[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
3	Обоснование цен методом прямого и обратного счета		2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	2				[9], [10] [11]	Дискуссия

7	Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений		2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания, тест
Итого 8 сессия		6	6		2		Экзамен
Всего часов		8	6		2		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ»
Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)
для специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»

№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	2				[1], [3] [4]	Дискуссия
Итого 5 сессия		2					Дискуссия
3	Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	2				[1], [2] [4]	Дискуссия
3	Система методов ценообразования		2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
3	Лабораторное занятие. Ценовая чувствительность покупателей				2	[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	2				[9], [10] [11]	Дискуссия
7	Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений		2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания, тест
Итого 6 сессия		4	2		2		Экзамен
Всего часов		6	2		2		

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ»

Дневная форма получения высшего образования
для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение»

№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Формы контроля знаний
		лекции	практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия	Количество часов управляемой самостоятельной работы			
						лекции	практические		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5 семестр									
1	Экономическое содержание категории «цена». Трансформация методологии ценообразования	2						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
	Виды цен и их классификация		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9],	Опрос
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	2						[1], [3] [4]	Дискуссия
	Формирование цен с учетом требований регулирования цен производителей и торговых организаций, организаций-импортеров		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10], [15]	Опрос, проверка учебного задания
	Организация контроля за ценами		2					[14], [15] [16], [17]	проверка учебного задания

3	Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	6						[1], [2] [4]	Опрос, проверка учебного задания
	Система методов ценообразования		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
	Стратегии дифференцированного, конкурентного и ассортиментного ценообразования		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Опрос контрольная работа №1
4	Формирование отпускных цен на потребительские товары	6						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
	Обоснование цен методом прямого и обратного счета		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
	Обоснование оптовых надбавок и скидок		4					[4], [7] [8]	Контрольная работа №2
5	Формирование розничных цен и тарифов на услуги на потребительском рынке	4						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Дискуссия
	Расчет торговых надбавок и скидок		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
	Обоснование системы скидок в розничной торговле		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Опрос, проверка учебного задания

	Цены и наценки общественного питания		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
6	Ценообразование при осуществлении внешнеторговой деятельности	2						[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	6						[9], [10] [11]	Опрос
	Методы расчета оптимального и максимально допустимого размера скидки		2					[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	Проверка учебного задания контрольная работа №3
	Всего часов	28	24						Зачет

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ»
Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)
для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение»

№ темы	Название темы	Количество аудиторных часов				Литература	Формы контроля знаний
		лекции	Практические занятия	семинарские занятия	лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	2				[1], [3] [4]	
Итого 6 сессия		2					
3	Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	2				[1], [2] [4]	
	Лабораторное занятие. Ценовая чувствительность покупателей				2	[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	проверка учебного задания
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	2				[9], [10] [11]	
	Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений		2			[1], [3] [4], [5], [6], [9], [10] [11]	проверка учебного задания контрольная работа
Итого 7 сессия		4	2		2		Зачет
Всего часов		6	2		2		

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Ценообразование в торговле : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Коммерческая деятельность", "Товароведение и экспертиза товаров", "Товароведение и торговое предпринимательство" / [Р. П. Валеви́ч и др.] ; под ред. Р. П. Валеви́ч, А. И. Ерчака. - Минск : РИВШ, 2023. - 391 с.

2. Маховикова, Г. А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика : учебник для бакалавров : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Г. А. Маховикова ; Санкт-Петербургский гос. экон. ун-т. - М. : Юрайт, 2015. - 231 с. : ил.

3. Полещук, И. И. Ценообразование: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Маркетинг", "Логистика", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И. И. Полещук, Н. А. Полещук. - Минск : БГЭУ, 2019. - 282 с. : ил.

4. Прокофьева, Н.Л. Ценообразование в торговле: курс лекций: для студентов специальности 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность", для слушателей переподготовки специальности 1-25 03 75 "Бухгалтерский учет и контроль в промышленности" / Н. Л. Прокофьева. - Изд. 2-е, переработанное и дополненное. - Витебск : ВГТУ, 2018. - 143, [1] с.

5. Салимжанов, И. К. Ценообразование: учебник для студентов, обучающихся по специальностям "Экономическая теория", "Национальная экономика", "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)". - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2016. - 298, [1] с. : ил.

Дополнительная:

6. Баздникин, А.С. Цены и ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2015. - 370 с.

7. Карпова, С.В. Управление ценами : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под ред. С.В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - М. : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. - 235, [1] с.

8. Клинов, В.Г. Мировые товарные рынки и цены : учебник / под ред. Л.С. Ревенко ; ФГАОУ ВО "Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва

иностр. дел Рос. Федерации", Каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкон. связей. - 2-е изд., испр. и доп. - М. : МГИМО-Университет, 2018. - 664, [1] с.

9. Ландсбург, С. Теория цен и ее применение : учебник для студентов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям, а также для студентов бакалавриата, магистратуры, аспирантов, преподавателей экономических факультетов вузов / пер. с англ. под науч. ред. М.И. Левина ; [Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации]. - М. : Дело, 2018. - 852, [1] с.

10. Липсиц, И.В. Ценообразование : краткий курс лекций. - М. : Юрайт, 2015. - 158, [2] с.

11. Лузина, Т. В. Ценообразование во внешней торговле: учебник для вузов: для студентов, обучающихся по экономическим и социально-экономическим направлениям / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. - М. : Юрайт, 2018. - 277, [1] с.

12. Соснаускене, О. И. Ценообразование в розничной торговле : практическое пособие. - М. : Дашков и К, 2015. - 267, [1] с. : ил.

13. Батраева, Э. А. Ценообразование в торговле : учебное пособие / Э. А. Батраева. - Красноярск : Сиб. федер. ун-т, 2018. - 156 с. - ISBN 978-5-7638-4040-7. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1818799> (дата обращения: 02.04.2024). – Режим доступа: по подписке.

Нормативные правовые акты:

14. О ценообразовании / Закон Респ. Беларусь, 10 мая 1999 г. // Эталон –Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 1999.

15. О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь / Указ Президента Респ. Беларусь, 25 февраля 2011 г., №72 // Эталон –Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

16. О системе регулирования цен (с изменениями и дополнениями) / Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19.10.2022 N 713 (ред. от 29.12.2023). / Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 2024.

17. Об утверждении инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов) / Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 6 августа 2021 г. N 55 Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 2021.

**Перечень вопросов для проведения экзамена
по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле»
для студентов специальности 6-05-0413-01 «Коммерция»**

1. Цена как экономическая категория.
2. Эволюция теории цен.
3. Функции цен.
4. Ценообразующие факторы.
5. Виды цен и их классификация.
6. Состав и структура цены.
7. Особенности государственного регулирования цен в Республике Беларусь.
8. Политика ценового пола и особенности ее реализации в Республике Беларусь.
9. Политика ценового потолка и особенности ее реализации в Республике Беларусь.
10. Порядок регулирования цен на продукцию естественных монополий.
11. Порядок определения доминирующего положения предприятия на рынке в целях государственного регулирования цен.
12. Регулирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынках РБ.
13. Запрещение установления монопольных цен и иных злоупотреблений доминирующим положением на товарном рынке.
14. Антиконтурентные ценовые соглашения: сущность, виды, порядок регулирования.
15. Ценообразующие и контролирующие органы. Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании.
16. Ответственность за нарушения законодательства о ценах.
17. Ценообразование в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
18. Затратный механизм формирования цен: логика, последовательность, проблемы реализации.
19. Рыночный механизм формирования цен: логика, последовательность, проблемы реализации.
20. Ценовая политика организации и этапы ее формирования.
21. Особенности психологического восприятия цены покупателями.
22. Ценовая дискриминация: сущность, виды, значение.
23. Стратегии дифференцированного ценообразования: сущность, виды, особенности применения
24. Стратегии конкурентного ценообразования: сущность, виды, особенности применения.
25. Стратегии ассортиментного ценообразования: сущность, виды, особенности применения.

26. Динамическое ценообразование и возможности его использования.
27. Выбор стратегии ценообразования и факторы, его определяющие.
28. Ценовая тактика и виды скидок.
29. Условия эффективности тактических ценовых мероприятий.
30. Риски проведения тактических ценовых мероприятий.
31. Эластичность спроса по цене и возможности его использования в ценообразовании в торговле.
32. Факторы, влияющие на ценовую чувствительность покупателей на рынке товаров народного потребления.
33. Методы определения чувствительности покупателей к изменению цен.
34. Информационное обеспечение процесса формирования и изменения цен.
35. Методы тестирования цен: лестница цен, тест без сравнения.
36. Методы тестирования цен: моделирование полки, совмещенный анализ.
37. Методика PSM-анализа и порядок его проведения.
38. Цена, качество и особенности их взаимосвязи.
39. Внешние и внутренние сигналы качества. Условия, при которых цена выступает сигналом качества
40. Выбор критериев эффективности при формировании цен на рынке
41. Особенности формирования отпускных цен на товары народного потребления
42. Калькуляция цены: виды, значение, особенности применения в Республике Беларусь.
43. Расходы на производство и реализацию и их классификация для целей ценообразования.
44. Порядок формирования отпускных цен на товары народного потребления.
45. Порядок обоснования отпускных цен методом обратного счета.
46. Методы учета в отпускных ценах транспортных расходов при различных базисных условиях поставки.
47. Особенности формирования цен при товарообменных операциях.
48. Трансфертные цены и их значение.
49. Методы установления трансфертных цен.
50. Особенности формирования закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию.
51. Государственное регулирование закупочных цен.
52. Методика формирования закупочных цен.
53. Свободные закупочные цены и методы учета качества в них.
54. Особенности формирования цен в оптовой посреднической деятельности.
55. Методы государственного регулирования цен в оптовой торговле.
56. Оптовые надбавки, оптовые скидки и методика их применения.

57. Особенности и методика формирования цен на импортируемые товары.
58. Особенности государственного регулирования цен на импортируемые товары.
59. Согласование, оформление, обоснование и изменение цен.
60. Особенности формирования цен в розничной торговле.
61. Ценовые стратегии в торговле.
62. Взаимосвязь розничной торговой надбавки и скидки с цены, особенности их применения.
63. Особенности государственного регулирования розничных цен.
64. Факторы, влияющие на уровень розничных цен.
65. Порядок формирования, изменения и обозначения цен в розничной торговле.
66. Особенности ценообразования в организациях общественного питания.
67. Методы калькулирования цен на продукцию общественного питания.
68. Государственное регулирование цен на продукцию общественного питания.
69. Особенности и методика формирования тарифов на бытовые услуги, оказываемые населению.
70. Виды цен мирового рынка.
71. Особенности ценообразования на мировом рынке.
72. Взаимосвязь цен и методов ценообразования на внутреннем и внешнем рынках
73. Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта
74. Конкурентный лист и его назначение
75. Коммерческие поправки и их использование при формировании внешнеторговых цен
76. Методы фиксации цен во внешнеторговых контрактах.
77. Факторы, определяющие уровень цен мирового рынка.
78. CVP – анализ и возможности его использования при обосновании ценовых решений.
79. Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений.
80. Калькуляция по сокращенным затратам: назначение, особенности, преимущества.
81. Порядок обоснования скидок с цены.
82. Методика обоснования скидок, основанных на принципе «деление прибыли».
83. Методика обоснования скидок за продвижение продукции.
84. Методика и логика расчета оптимального и максимально допустимого размера скидки за объем партии товаров при их поставке в сферу розничной торговли.
85. Методика и логика расчета оптимального и максимально допустимого размера скидки за объем покупки в торговле.

86. Порядок разработки системы ступенчатых скидок в торговле.
87. Реакция потребителей и конкурентов на изменение цен.

**Перечень вопросов для проведения зачета
по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле»
для студентов специальности 6-05-0413-02 «Товароведение»**

1. Цена как экономическая категория.
2. Эволюция теории цен.
3. Функции цен.
4. Ценообразующие факторы.
5. Виды цен и их классификация.
6. Состав и структура цены.
7. Особенности государственного регулирования цен в Республике Беларусь.
8. Политика ценового пола и особенности ее реализации в Республике Беларусь.
9. Политика ценового потолка и особенности ее реализации в Республике Беларусь.
10. Порядок регулирования цен на продукцию естественных монополий.
11. Порядок определения доминирующего положения предприятия на рынке в целях государственного регулирования цен.
12. Регулирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынках РБ.
13. Запрещение установления монопольных цен и иных злоупотреблений доминирующим положением на товарном рынке.
14. Антиконтурентные ценовые соглашения: сущность, виды, порядок регулирования.
15. Ценообразующие и контролирующие органы. Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании.
16. Ответственность за нарушения законодательства о ценах.
17. Ценообразование в условиях совершенной и несовершенной конкуренции.
18. Затратный механизм формирования цен: логика, последовательность, проблемы реализации.
19. Рыночный механизм формирования цен: логика, последовательность, проблемы реализации.
20. Ценовая политика организации и этапы ее формирования.
21. Особенности психологического восприятия цены покупателями.
22. Стратегии дифференцированного ценообразования: сущность, виды, особенности применения
23. Стратегии конкурентного ценообразования: сущность, виды, особенности применения.

24. Стратегии ассортиментного ценообразования: сущность, виды, особенности применения.
25. Выбор стратегии ценообразования и факторы, его определяющие.
26. Ценовая тактика и виды скидок.
27. Условия эффективности тактических ценовых мероприятий.
28. Риски проведения тактических ценовых мероприятий.
29. Эластичность спроса по цене и возможности его использования в ценообразовании в торговле.
30. Факторы, влияющие на ценовую чувствительность покупателей на рынке товаров народного потребления.
31. Методы определения чувствительности покупателей к изменению цен.
32. Информационное обеспечение процесса формирования и изменения цен.
33. Методы тестирования цен: лестница цен, тест без сравнения.
34. Методы тестирования цен: моделирование полки, совмещенный анализ.
35. Методика PSM-анализа и порядок его проведения.
36. Цена, качество и особенности их взаимосвязи.
37. Внешние и внутренние сигналы качества. Условия, при которых цена выступает сигналом качества
38. Особенности формирования отпускных цен на товары народного потребления
39. Калькуляция цены: виды, значение, особенности применения в Республике Беларусь.
40. Расходы на производство и реализацию и их классификация для целей ценообразования.
41. Порядок формирования отпускных цен на товары народного потребления.
42. Порядок обоснования отпускных цен методом обратного счета.
43. Методы учета в отпускных ценах транспортных расходов при различных базисных условиях поставки.
44. Особенности формирования закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию.
45. Государственное регулирование закупочных цен.
46. Методика формирования закупочных цен.
47. Свободные закупочные цены и методы учета качества в них.
48. Особенности формирования цен в оптовой посреднической деятельности.
49. Методы государственного регулирования цен в оптовой торговле.
50. Оптовые надбавки, оптовые скидки и методика их применения.
51. Особенности и методика формирования цен на импортируемые товары.
52. Особенности государственного регулирования цен на импортируемые товары.

53. Согласование, оформление, обоснование и изменение цен.
54. Особенности формирования цен в розничной торговле.
55. Ценовые стратегии в торговле.
56. Взаимосвязь розничной торговой надбавки и скидки с цены, особенности их применения.
57. Особенности государственного регулирования розничных цен.
58. Факторы, влияющие на уровень розничных цен.
59. Порядок формирования, изменения и обозначения цен в розничной торговле.
60. Особенности ценообразования в организациях общественного питания.
61. Методы калькулирования цен на продукцию общественного питания.
62. Государственное регулирование цен на продукцию общественного питания.
63. Особенности и методика формирования тарифов на бытовые услуги, оказываемые населению.
64. Виды цен мирового рынка.
65. Особенности ценообразования на мировом рынке.
66. Взаимосвязь цен и методов ценообразования на внутреннем и внешнем рынках
67. Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта
68. Методы фиксации цен во внешнеторговых контрактах.
69. Факторы, определяющие уровень цен мирового рынка.
70. Реакция потребителей и конкурентов на изменение цен.

**Перечень лабораторных занятий по учебной дисциплине
«Ценообразование в торговле» для специальности 6-05-041-01
«Коммерция»**

1. Ценовая чувствительность покупателей
2. Обоснование изменения розничных цен

**Перечень компьютерных программ для выполнения лабораторных
работ по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле»**

1. Облачные сервисы (Google Документы)
2. Текстовый процессор (Word)
3. Табличный процессор (Excel)

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа обучающихся.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования по специальности 6-05-041-01 «Коммерция» отводится 90 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования по специальности 6-05-041-01 «Коммерция» отводится 150 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования (на базе ССО) по специальности 6-05-041-01 «Коммерция» отводится 156 часов.

На самостоятельную работу обучающегося дневной формы получения образования по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» отводится 50 часов.

На самостоятельную работу обучающегося заочной формы получения образования (на базе ССО) по специальности по специальности 6-05-0413-02 «Товароведение» отводится 92 часа.

Содержание самостоятельной работы обучающихся включает все темы учебной дисциплины из раздела «Содержание учебного материала».

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач в аудитории во время проведения практических занятий и лабораторных занятий под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- подготовка к выполнению контрольных работ;
- подготовка к практическим занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- подготовка к сдаче промежуточной аттестации.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в рамках текущего контроля и промежуточной аттестации.

Мероприятия *текущего* контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- контрольная работа;
- проверка учебного задания;

опрос.

Результат текущего контроля за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущего контроля в течение семестра.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации (выполнения мероприятий текущего контроля) по учебной дисциплине, предусмотренной в текущем семестре данной учебной программой.

Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена для специальности 6-05-041-01 «Коммерция».

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение».

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов БГЭУ. Итоговая отметка по учебной дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущий контроль и отметки на экзамене на соответствующие весовые коэффициенты. Значения весовых коэффициентов по учебной дисциплине соответствуют: для текущего контроля – 0,4, для экзамена – 0,6.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Коммерческая деятельность	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	Замечаний и предложений нет 