

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Учебно-методическое объединение по экономическому образованию

УТВЕРЖАЮ
Первый заместитель Министра
образования Республики Беларусь
Баханович
2025
Регистрационный № 6-05-04-074/нф.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

Примерная учебная программа по учебной дисциплине
для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение»

СОГЛАСОВАНО

Первый заместитель
Министра антимонопольного
регулирования и торговли
Республики Беларусь
И.В. Вежновец
2024

СОГЛАСОВАНО

Председатель Учебно-методического
объединения по экономическому
образованию

В. Егоров
«01»

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления про-
фессионального образования Мини-
стерства образования Республики
Беларусь

С.Н. Пищов
«15» 07 2025

СОГЛАСОВАНО

Проректор по научно-методической
работе Государственного учреждения
образования «Республиканский инсти-
тут высшей школы»

И.В. Титович
«14» 03 2025

Эксперт-нормоконтролер

Т.А. Божиня
«10» 03 2025

Минск 2025
Информация об изменениях размещается на сайтах:

<http://www.e-ustandart.by>

<http://www.mhe.bsu.by>

СОСТАВИТЕЛИ:

Р.П. Валевиц, профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор;

А.И. Ерчак, декан факультета коммерции и туристической индустрии учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

И.М. Микулич, заведующий кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Кафедра экономики торговли учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации» (протокол № 7 от 12 марта 2024 г.);

Н.В. Василевская, заместитель Министра антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ПРИМЕРНОЙ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 7 от 14 марта 2024 г.);

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

(протокол № 6 от 29 апреля 2024 г.);

Научно-методическим советом по товароведению и экспертизе товаров Учебно-методического объединения по экономическому образованию

(протокол № 2 от 29 мая 2024 г.)

Ответственный за редакцию: А.И. Ерчак

Ответственный за выпуск: А.И. Ерчак

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

ХАРАКТЕРИСТИКА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Примерная учебная программа по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле» разработана для учреждений высшего образования в соответствии с требованиями образовательного стандарта общего высшего образования и примерным учебным планом для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение».

Экономические результаты деятельности любого субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики во многом зависят от избранной тактики, политики и стратегии ценообразования. Теория цен и практика их формирования 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 организаций, доходы от реализации, прибыль, рентабельность, степень финансовой независимости и другие показатели деятельности.

ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Предметом учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» являются экономические отношения, возникающие в ходе формирования, расчетов, применения, изменения цен и тарифов на товары, продукцию, услуги в различных экономических формациях, особенностей проявления теории и практики ценообразования при осуществлении коммерческой деятельности на внутреннем и внешнем рынках. В процессе обучения студенты должны изучить экономические основы, методологию и методику формирования отпускных, оптовых, закупочных, розничных, контрактных цен, тарифов на услуги, торговых надбавок, наценок, применения скидок.

Учебная дисциплина базируется на экономической теории, микро- и макроэкономике, теории вероятностей, экономике отрасли (торговля и сфера услуг), финансах, маркетинге, бухгалтерском учете, менеджменте.

Цель изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» является формирование у студентов целостного представления о современных теории и практике ценообразования; знаний и компетенций в области разработки ценовых стратегии и тактики; приобретения студентами практических навыков установления и изменения цен на товары и услуги в условиях изменения рыночной конъюнктуры.

Задачи изучения учебной дисциплины:

сформировать представление о роли цены в экономическом механизме управления организациями;

- сформировать представление об экономической сущности цены и факторов, ее обуславливающих, взаимосвязи между различными видами цен;
- ознакомить с механизмом и методами государственного регулирования цен;
- определить особенности формирования цен на товарных рынках;
- изучить критерии обоснованности формируемых цен;
- сформировать представление о механизме формирования цен в сфере товарного обращения;
- сформировать представление о целях, сущности и видах ценовых политик, стратегий и скидок в торговой сфере;
- изучить методы расчета отпускных цен, цен оптовых торговых организаций, розничных цен, торговых надбавок, наценок;
- ознакомить с механизмом формирования цены внешнеторгового контракта;
- ознакомить с механизмом управления ценами.

ТРЕБОВАНИЯ К УРОВНЮ ОСВОЕНИЯ СОДЕРЖАНИЯ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» формируется **базовая профессиональная компетенция:**

применять управленческие решения в области ценообразования и оценивать их эффективность.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент 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 и общественной жизни страны.

В результате 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;

- обосновывать принятие ценовых решений в рамках ценовой политики организации;

иметь навык:

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

Согласно примерному учебному плану учебная программа рассчитана на 102 часа, из них аудиторных занятий – 52 часа. Примерное распределение аудиторного времени по видам занятий: лекции – 28 часов, практические занятия – 24 часа.

Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – зачет.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН
для специальности 6-05-0413-02 «Товароведение»

№ п/п	Наименование разделов, тем	Количество аудиторных часов		
		Всего	лекции	практические занятия
1.	Экономическое содержание категории «цена» Трансформация методологии ценообразования	4	2	2
2.	Цены в механизме функционирования национальной экономики	8	4	4
3.	Рыночное ценообразование: суть, инструменты, ценовая политика и стратегия	10	6	4
4.	Формирование отпускных цен на потребительские товары	12	6	6
5.	Формирование розничных цен и тарифов на услуги на потребительском рынке	12	6	6
6.	Ценообразование при осуществлении внешнеторговой деятельности	6	4	2
	Итого	52	28	24

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.

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.

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. Ценовые политики, отражающие качество 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. 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 беспрошленную 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.

Инициативное изменение розничных цен: снижение, повышение. Реакция потребителей и конкурентов на изменение розничных цен. Условия, при которых снижение розничных цен может быть прибыльно. Источники возмещения потерь, связанных со снижением розничных цен.

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. 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.

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. Поправки на количество и 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.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

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. Валевиц и др.]; под ред. Р. П. Валевиц, А. И. Ерчака. - Минск : РИВШ, 2023. - 391 с.

2. 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.

3. 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.

Дополнительная литература

4. 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.

5. 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.

6. 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.

7. 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.

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

9. 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.

10. 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.

11. 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.

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

1. Налоговый кодекс Республики Беларусь.

2. Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 года № 255-3 «О ценообразовании».

3. Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 6 августа 2021 года № 55 «Об утверждении инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов)».

4. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 19 октября 2022 года № 713 «О системе регулирования цен».

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

Рекомендуется использовать следующие формы самостоятельной работы студентов:

первоначальное подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;

подготовка к практическим занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

подготовка к выполнению диагностических форм контроля (контрольные работы и иное);

подготовка к зачету.

Основными принципами организации самостоятельной работы студентов в период их подготовки являются: заинтересованность в изучении материала и выполнении поставленных задач; систематическая работа студентов; умение пользоваться специальной литературой.

Рекомендуемые средства диагностики компетенций студента

Оценочными средствами диагностики должна предусматриваться оценка способности обучающихся к творческой деятельности, их готовность вести поиск решения новых задач, связанных с отсутствием общепринятых алгоритмов.

Для диагностики компетенций студентов в результате освоения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» могут использоваться следующие формы и средства оценки знаний:

1. Устная форма – собеседования; коллоквиумы; устные выступления и доклады; устные доклады на научно-практических конференциях; оценка по итогам деловых игр; оценка на основе кейс-метода; зачет.

2. Письменная форма – тесты; контрольные опросы; контрольные работы; эссе; рефераты; индивидуальные задания; публикации статей, докладов.

3. Письменно-устная форма – отчеты по аудиторным или домашним практическим заданиям с их устной защитой; оценка по модульно-рейтинговой системе; оценка на основе результатов деловой игры.

4. Техническая форма – мультимедийная презентация докладов; разработка видеоматериалов (видеороликов, видеофильмов).

Оценка знаний студентов производится по 10-балльной шкале. Для оценки знаний и компетентности обучающихся используются критерии, утвержденные Министерством образования Республики Беларусь.

Рекомендуемые методы (технологии) обучения

В качестве эффективных педагогических методов и технологий, способствующих вовлечению студентов в поиск и управление знаниями, приобретению опыта самостоятельного решения разнообразных задач следует выделить: элементы учебно-исследовательской деятельности, творческого подхода, реализуемые на практических занятиях (дискуссии, тренинги, конференции, деловые игры и другие формы и методы активного обучения студентов).