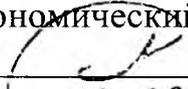


Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ А.В.Егоров

30.08. 2025 г.

Регистрационный № УД 6526-25 уч.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Учебная программа учреждения образования
по учебной дисциплине для специальности

6-05-0412-04 «Маркетинг»

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта общего высшего образования ОСВО 6-0411-01-2023, примерного учебного плана по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг» (Регистрационный № 6-05-04-007/пр. от 02.12.2022 по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг»)

СОСТАВИТЕЛЬ:

О.Л. Ковалева, доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Г.И. Кевра - доцент кафедры экономики и управления на предприятиях учреждения образования «Белорусский государственный технологический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Н.А. Полещук, доцент кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 7 от 13.02.2025)

Методической комиссией по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Рекламная деятельность» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 5 от 30.04.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 6 от 25.06.2025).

Пояснительная записка

Учебная программа по учебной дисциплине «Ценообразование» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта общего высшего образования по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг».

Учебная дисциплина «Ценообразование» представляет собой междисциплинарную науку, которая органически связана с маркетингом, управлением затратами, налогообложением, финансами и другими областями, и сферами экономической деятельности.

Цель преподавания учебной дисциплины «Ценообразование» - формирование у студентов систематические представления о подходах к изучению и применению теории и практики ценообразования, формированию у студентов научных фундаментальных знаний в области формирования ценовых стратегии и тактики в различных отраслях национальной экономики, приобретения студентами компетенций и практических навыков установления цен на товары и услуги в соответствии с требованиями национального законодательства.

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

- усвоение базовых принципов и методологии ценообразования;
- получение знаний о механизме формирования цен в различных отраслях национальной экономики;
- освоение методологии и практики государственного регулирования цен;
- изучение методов ценообразования на различных товарных рынках;
- приобретение знаний о содержании и формировании ценовой политики в национальной экономике;
- выработка навыков принятия управленческих решений субъектом хозяйствования в рамках национальной ценовой политики;
- получение знаний об особенностях реализации ценовой политики на различных рынках товаров и услуг.

В результате изучения учебной дисциплины «Ценообразование» формируются следующая специализированная компетенция:

применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных рыночных условиях, определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности, принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и условий рынка.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

основные понятия в области ценообразования;

функции цен;

основные концепции ценообразования;

основные методы государственного регулирования цен на национальном рынке;

правила, принципы и порядок формирования цен на товары и услуги в отраслях национальной экономики;

этапы формирования ценовой политики предприятия.

уметь:

анализировать динамику уровней, структуры и соотношений цен на товары, услуги, работы;

применять современные концепции и методы ценообразования;

формировать цены на продукцию отечественного производства (работы, услуги);

принимать управленческие решения в области ценовой политики;

учитывать особенности отраслей и сфер деятельности при обосновании управленческих решений в области ценообразования.

иметь навык:

определения и формирования цен на товары и услуги с применением различных методов ценообразования;

формирования цен на национальном рынке;

управления ценами с применением ценовых стратегии и тактики.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине обучающийся должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной, социально-культурной и общественной жизни страны.

Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста с высшим образованием: учебная дисциплина относится к числу дисциплин модуля «Маркетинговый инструментарий» компонента учреждения образования.

Связи с другими учебными дисциплинами - содержание учебной дисциплины «Ценообразование» обеспечивает взаимосвязь с такими учебными дисциплинами, как «Экономика организации», «Теория маркетинга», «Финансы организации», «Налоги и налогообложение».

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

В соответствии с учебным планом университета для дневной формы обучения на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 216, из них аудиторные – 90 часа, в том числе лекции – 42 часа, практические занятия – 36 часов, лабораторные занятия – 12 часов.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам в рамках дневной формы обучения:

4 семестр: аудиторных – 90 часа, в том числе лекции – 42 часов, практические занятия – 36 часов, лабораторные занятия – 12 часов.

Самостоятельная работа студентов – 126 часов. Трудоемкость учебной дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

В соответствии с учебным планом университета для заочной формы обучения на изучение учебной дисциплины отводится:

общее количество учебных часов – 216, из них аудиторные – 20 часов, в том числе лекции – 10 часов, практические занятия – 8 часов, лабораторные занятия – 2 часа.

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам в рамках заочной формы обучения:

4 семестр: аудиторных – 6 часов, в том числе лекции – 6 часов.

5 семестр: аудиторных – 14 часов, в том числе лекции – 4 часа, практические занятия – 8 часов, лабораторные занятия – 2 часа.

Самостоятельная работа студентов – 196 часов. Трудоемкость учебной дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

В соответствии с учебным планом университета на изучение учебной дисциплины в рамках заочной формы обучения (на базе СОО) отводится:

общее количество учебных часов – 216, аудиторных – 20 часов, в том числе лекции – 8 часов, практические занятия – 8 часов, лабораторные занятия – 4 часа.

Распределение аудиторного времени:

4 семестр: аудиторных – 8 часов, из них лекции – 4 часа, практические занятия – 2 часа, лабораторные занятия – 2 часа.

5 семестр: аудиторных – 12 часов, из них лекции – 4 часа, практические занятия – 6 часов, лабораторные занятия – 2 часа.

Самостоятельная работа – 196 часов.

Трудоемкость учебной дисциплины составляет 6 зачетных единиц.

Форма промежуточной аттестации по учебной дисциплине – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Теоретические основы ценообразования на национальном рынке

Роль и значение цен и ценообразования в национальной экономике. Принципы ценообразования. Роль цен на уровне микро-, мезо-, макро- и интерэкономики. Функции цен: балансирующая, планово-учётная, распределительная, перераспределительная, информационная. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.

Система цен и ценообразования на национальном рынке. Виды цен в зависимости от способа установления, обслуживаемого оборота, принадлежности продукции к определённой отрасли экономики, территориального распространения, доли включаемых в них транспортных расходов, рынка, на который поступит товар. Взаимосвязь между различными видами цен.

Поэлементный состав цены. Характеристика отдельных элементов цены, порядок их определения.

Формирование цен в зависимости от стадии товародвижения с учётом зачётного механизма исчисления налога на добавленную стоимость.

Порядок формирования и применения цен и тарифов в Республике Беларусь. Проблемы и перспективы политики цен в Республике Беларусь.

Тема 2. Государственное регулирование ценообразования

Формы участия государства в регулировании ценообразования на национальном рынке. Причины, определяющие необходимость государственного регулирования цен в национальной экономике. Исследование вопросов зависимости динамики различных видов цен от масштабов, форм и способов государственного регулирования.

Политика государственного регулирования цен, проводимая в республике. Прямые и косвенные методы регулирования цен. Цены и системах перекрестного и бюджетного субсидирования.

Перспективы совершенствования форм регулирования цен в отдельных отраслях национальной экономики. Правовое обеспечение государственной ценовой политики.

Контроль за ценами как одно из направлений государственного регулирования цен. Содержание контроля и задачи его проведения. Согласованность ценовой политики и политики доходов. Порядок индексации доходов населения с учётом роста цен.

Тендерное ценообразование. Виды процедур государственных закупок. Открытый и закрытый конкурс, электронный аукцион. Понятие национального режима, условия применения преференциальных поправок. Государственные закупки с применением биржевых торгов.

Тема 3. Ценообразование и антимонопольное регулирование

Цены в системе антимонопольного законодательства. Регулирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке. Реестры предприятий-монополистов и формы регулирования цен на производимую ими продукцию (работу, услуги). Критерии установления факта доминирования на рынке. Декларирование цен. Материалы, представляемые в органы ценообразования при декларировании цен.

Ограничение установления монопольных цен. Виды монопольных цен: монопольно высокие, монопольно низкие и монопсонически низкие. Выявление признаков установления монопольных цен.

Запрещение антиконкурентных ценовых соглашений. Горизонтальные и вертикальные ценовые соглашения. Проявление ценовых соглашений. Проведение экспертизы на предмет выявления соглашений. Прямые и косвенные доказательства ценовых соглашений. Предписания о прекращении антиконкурентных ценовых соглашений и установлении методов государственного ценового регулирования естественных монополий. Цены и недобросовестная конкуренция.

Тема 4. Цены в экономике предприятия

Формирование себестоимости как основного элемента цены. Способы калькулирования себестоимости. Переменные и постоянные, прямые и косвенные, основные и накладные расходы. Калькулирование себестоимости по статьям калькуляции и элементам затрат. Расчёт переменных и условно-постоянных расходов. Варианты отнесения условно-постоянных расходов на себестоимость продукции. Включение налогов и неналоговых платежей в себестоимость с учётом действующего законодательства.

Обоснование сумм прибыли, включаемых в цены. Определение необходимых норм рентабельности для ценообразования на основе действующего порядка распределения прибыли на предприятиях. Формирование цен с учетом налогов и неналоговых платежей.

Использование различных условий поставки товара, определяемых договором между предприятиями продавцами и покупателями. Понятия «франко» и «франкировки». Влияние характера продукции, взаимоотношений между предприятиями-партнёрами и других факторов на выбор вида цены «франко». Основные виды цен «франко», тяготеющие к пунктам отправки продукции. Величины транспортных и других расходов, включаемых в эти цены. Основные виды цен «франко», тяготеющие к пунктам доставки продукции. Размеры транспортных и других расходов, включаемые в эти виды цен.

Тема 5. Маркетинговая программа ценообразования предприятия

Ценовая политика предприятия и ее содержание. Технология обоснования цены в маркетинге предприятия. Изучение рынка. Влияние типа

рынка на ценовую политику предприятия. Выбор целей и задач ценообразования. Анализ спроса. Выбор стратегии ценообразования. Изучение цен конкурентов. Выбор метода ценообразования. Расчет издержек. Оценка прибыли при различных уровнях цен. Учет условий поставки и транспортных расходов в цене. Отражение налогов в цене. Учет психологических факторов при установлении окончательной цены.

Система методов ценообразования, выработанных отечественной и зарубежной практикой. Методы ценообразования, основанные на издержках производства, область их применения. Требования к составу затрат, включаемых в себестоимость. Содержание методов структурной аналогии и агрегатного метода.

Методы ценообразования, учитывающие качественные свойства продукции. Выбор показателей качества для установления цены. Сущность метода удельных показателей и сфера его применения. Использование метода экспертных оценок при отсутствии определённых количественных показателей качества продукции (вкусовые свойства, дизайн, соответствие направлениям моды и др.). Требования к цене изделия, используемого в качестве основы для сравнения с новым товаром. Метод корреляционно-регрессионного анализа и его применение в ценообразовании.

Методы ценообразования, позволяющие в рыночных условиях устанавливать цену исходя из спроса, уровня конкуренции. Метод «следования за лидером», сфера его применения. Определение цен на торгах. Влияние условий проведения торгов на уровень цен. Основные виды цен и сделок в биржевой торговле. Метод установления цены на основе ощущаемой ценности товара покупателем. Факторы, определяющие субъективную оценку ценности товара.

Тема 6. Формирование ценовой стратегии

Понятие ценовой стратегии. Стратегические цели предприятия. Стратегический треугольник: предприятие - покупатели - конкуренты. Ценовой имидж и ценовое доверие. Условия применения ценовых стратегий.

Конкурентные ценовые стратегии. Стратегия снятия сливок. Стратегии проникновения на рынок. Стратегия сигнализирования ценами. Цена как показатель качества.

Дифференцированные стратегии ценовой политики. Вертикальная и горизонтальная дифференциация цен. Стратегия скидки на втором рынке. Стратегия сезонных скидок. Стратегия случайной скидки. Сегментарное ценообразование.

Ассортиментные ценовые стратегии. Стратегия товарных наборов. Формы пакетного ценообразования: чистое пакетное ценообразование, специальное пакетное ценообразование, увязанная продажа. Условия применения пакетного ценообразования и необходимость депакетирования. Стратегия различной прибыльности. Стратегия имидж-цен. Реализация стратегии ценовых линий. Смешанные стратегии. Стратегии, учитывающие

цену и затраты на продвижение товара. Стратегии, учитывающие цену и качество товара.

Цена и жизненный цикл товара (ЖЦТ). Варианты ценового поведения на этапе внедрения на рынок. Ценовая политика на стадии роста продаж (экспансии). Ценовая политика в период зрелости. Ценовая политика на этапе падения продаж.

Тема 7. Цены в принятии управленческих решений на предприятии

Принятие оптимальных ценовых решений в экономике предприятия. Исчисление сумм косвенных налогов и неналоговых платежей в цене на основе обратной калькуляции. Расчёт величины прибыли от производства товара и рентабельности как критерия формирования оптимального номенклатурного плана производства.

Ценовая политика предприятия на основе сокращенных затрат. Преимущества калькулирования по сокращенным затратам. Состав цены, формируемой на основе сокращенных затрат. Маржинальный анализ для реагирующей ценовой политики. Определение потерь в случае снижения цен конкурентами. Кривые безубыточности. Определение кривых безубыточности в условиях эластичного и неэластичного спроса. Применение маржинального анализа при формировании цен на товары-субституты и товары-комплименты. Расчет окупаемости постоянных затрат или определение критической точки объема производства. Определение заданной (целевой) величины прибыли. Использование калькулирования по сокращенным затратам для принятия управленческих решений. Обоснование решений по снижению цены и увеличению объемов производства. Обоснование управленческих решений в области цен при реализации взаимосвязанных товаров.

Тема 8. Ценообразование в торгово-посреднической сфере

Особенности формирования ценовой политики предприятий торговли. Принципы формирования ценовой политики торгового предприятия.

Роль и значение розничных цен в формировании потребительского рынка и жизненного уровня населения. Свободные розничные цены и их формирование. Границы государственного регулирования цен на потребительском рынке. Правовое обеспечение ценообразования в торгово-посреднической деятельности.

Оптовые и розничные торговые надбавки (скидки), их экономическое содержание. Торговая наценка как цена услуг торговых предприятий. Способы определения торговых наценок. Торговые надбавки и скидки, их взаиморасчеты. Дифференциация торговых надбавок и скидок. Механизм государственного регулирования цен на торговые услуги. Ограничения размеров оптовых и розничных торговых надбавок. Поэлементный состав торговых надбавок (скидок) по торговым системам, товарным группам. Формирование издержек обращения как основы цены торговых услуг. Прибыль в торговых наценках. Обоснование торговых надбавок (скидок) с учётом

действующей системы налогообложения, использование прямой и обратной калькуляции Включение косвенных налогов и неналоговых платежей в цены торговых услуг.

Тема 9. Особенности ценообразования на рынках потребительских товаров и услуг

Тарифы на рынке бытовых услуг. Специфика развития рынка бытовых услуг. Особенности формирования тарифов на бытовые услуги. Факторы, определяющие уровень тарифов на бытовые услуги. Состав тарифа на услугу и заказ. Особенности государственного регулирования рынка и тарифов на бытовые услуги. Особенности калькулирования себестоимости услуг. Обоснование прибыли в тарифах на бытовые услуги. Дифференциация тарифов на услуги с учетом категорий предприятий, срочности исполнения заказа, сезонности, социальной значимости услуг и других факторов.

Особенности формирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги. Дифференциация тарифов на коммунальные услуги по территории республики, социальным признакам, категориям потребителей. Система государственного регулирования тарифов на коммунальные услуги. Механизм перекрестного субсидирования в сфере коммунальных услуг. Особенности калькулирования затрат в коммунальном хозяйстве. Индексация тарифов коммунального хозяйства.

Особенности формирования цен на продукцию общественного питания. Калькулирование издержек производства и обращения в общественном питании. Система государственного регулирования цен на продукцию общественного питания. Наценки предприятий общественного питания. Дифференциация наценок общественного питания по предприятиям, относящихся к различным категориям. Методы определения продажных цен на собственную продукцию общественного питания.

Тема 10. Особенности ценообразования в аграрно-промышленном комплексе

Виды и система цен АПК. Необходимость обеспечения паритета цен на промышленную продукцию, поставляемую селу, и закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию. Определение индекса паритета цен. Расчёт необходимого повышения закупочных цен с учётом компенсации сельскому хозяйству дополнительных затрат, вызванных ростом цен на промышленную продукцию.

Особенности формирования закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию. Влияние социально-экономических, природных, почвенно-климатических особенностей отрасли на дифференциацию закупочных цен.

Особенности формирования себестоимости сельскохозяйственной продукции как базы закупочной цены. Обоснование прибыли в закупочных

ценах. Отражение прямых и косвенных налогов в закупочных ценах в соответствии с действующим законодательством.

Учёт качества продукции в закупочных ценах. Методы установления закупочных цен на продукцию с различным уровнем качества. Стимулирование увеличения производства сельскохозяйственной продукции с помощью надбавок к закупочным ценам. Наценки заготовительных организаций. Особенности формирования цен на продукцию перерабатывающих предприятий АПК.

Тема 11. Ценообразование во внешнеторговой деятельности

Виды и разновидности цен мирового рынка. Цены на экспортируемые и импортируемые товары. Цены мировых открытых рынков: биржевые, аукционные, цены торгов, цены обычных коммерческих сделок. Цены мировых закрытых рынков: цены в группировках стран, трансфертные цены, цены специальных контрактов.

Методы определения внешнеторговых цен. Расчет внешнеторговых цен на базе собственных издержек производства. Использование метода определения внешнеторговых цен в зависимости от экономических результатов использования товаров. Обоснование внешнеторговых цен на основе средних рыночных цен, определяемых на базе конкурентных материалов.

Технология определения цены внешнеторгового контракта. Выбор базисных мировых рынков и цен, применение к ним системы коммерческих поправок. Учет качества товара во внешнеторговой цене. Фактор времени при определении внешнеторговой цены. Способы фиксации цены в контракте. Скользящие цены.

Особенности формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Способы исчисления надбавки импортера. Включение налогов в состав цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Государственное регулирование цен при экспорте и импорте продукции. Особенности установления цен на продукцию, производимую на давальческих условиях.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Дневная форма получения высшего образования

№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма 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
4 семестр									
Тема 1.	Теоретические основы ценообразования на национальном рынке	4						[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
	Система цен на национальном рынке, поэлементный состав цены		2					[1], [3], [17], [20], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
	Зачетный механизм исчисления НДС		2					[1], [3], [17], [20], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 2.	Государственное регулирование ценообразования	4						[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
	Формы государственного регулирования цен, применяемые на национальном рынке		2					[1], [3], [17], [20], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 3.	Ценообразование и антимонопольное регулирование	2						[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
	Антимонопольное законодательство, виды монопольных цен, способы ценового регулирования		2					[1], [3], [17], [20], [21], [22]	Опрос
	Нормативно-правовая база РБ				2			[1], [3], [17], [20], [21], [22]	Проверка учебного задания
Тема 4.	Цены в экономике предприятия	4						[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	
	Калькулирование себестоимости продукции предприятия, включение прибыли и налогов в состав цены		2					[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Порядок включения накладных расходов в состав себестоимость единицы продукции		2					[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
	Формирование цен на условиях ФСО и ФСН		2					[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания, контрольная работа
	Способы калькулирования себестоимости продукции				4			[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	Проверка учебного задания
Тема 5.	Маркетинговая программа ценообразования предприятия	4						[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Технология обоснования цены в маркетинге предприятия		2					[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Опрос, проверка учебного задания
	Затратные и рыночные методы ценообразования		2					[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Опрос, проверка учебного задания
	Рыночные методы ценообразования				2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
	Параметрические методы ценообразования				2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
Тема 6.	Формирование ценовой стратегии	4						[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Конкурентные, дифференцированные, и ассортиментные ценовые стратегии		2					[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 7.	Цены в принятии управленческих решений на предприятии	2						[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Ценовая политика на основе сокращенных затрат		2					[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Контрольная работа
	Обоснование управленческих решений на основе маржинального анализа		2					[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
	Применение маржинального анализа для решения задач, базирующихся на взаимосвязи цен, затрат и объемов производства продукции				2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
Тема 8.	Ценообразование в торгово-посреднической сфере	4						[1], [2], [3], [8], [9], [18], [21]	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Формирование оптовых и розничных цен на разных стадиях товародвижения		2					[1], [2], [3], [8], [9], [18], [21]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 9.	Особенности ценообразования на рынках потребительских товаров и услуг	6						[1], [2], [3], [8], [9], [13], [15], [17], [21], [22]	
	Порядок определения тарифов на потребительские услуги		2					[1], [2], [3], [8], [9], [13], [15], [17], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
	Порядок формирования цен в сфере общественного питания		2					[1], [3], [5], [16], [17], [22]	Контрольная работа
Тема 10.	Особенности ценообразования в аграрно-промышленном комплексе	2						[1], [3], [17], [22]	
	Методы формирования закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию		2					[1], [3], [17], [22]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 11.	Ценообразование во внешнеторговой деятельности	6						[3], [4], [22], [24]	
	Формирование отпускных цен на продукцию, реализуемую импортерами		2					[3], [4], [22], [24]	Опрос, проверка учебного задания
	Формирование цен на продукцию произведенную на давальческих условиях		2					[3], [4], [22], [24]	Опрос, проверка учебного задания
	Итого 4 семестр	42	36		12				Экзамен
	Всего часов по учебной дисциплине:	42	36		12				Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Заочная форма получения высшего образования

№ темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
4 семестр							
Тема 1.	Теоретические основы ценообразования на национальном рынке	2				[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
Тема 2.	Государственное регулирование ценообразования	1				[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
Тема 3.	Ценообразование и антимонопольное регулирование	1				[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
Тема 4.	Цены в экономике предприятия	2				[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	
Итого 4 семестр		6					
5 семестр							
Тема 5.	Маркетинговая программа ценообразования предприятия	1				[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Методы формирования цен		2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
	Рыночные и параметрические методы ценообразования				2	[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
Тема 6.	Формирование ценовой стратегии	1				[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
Тема 7.	Цены в принятии управленческих решений на предприятии	0,5				[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Ценовая политика на основе сокращенных затрат		2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
Тема 8.	Ценообразование в торгово-посреднической сфере	1				[1], [2], [3], [8], [9], [18], [21]	
	Формирование оптовых и розничных цен		2			[1], [2], [3], [8], [9], [18], [21]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 9.	Особенности ценообразования на рынках потребительских товаров и услуг	0,5				[1], [2], [3], [8], [9], [13], [15], [17], [21], [22]	

1	2	3	4	5	6	7	8
	Порядок определения тарифов на потребительские услуги. Порядок формирования цен в сфере общественного питания		2			[1], [2], [3], [8], [9], [13], [15], [17], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
	Итого 5 семестр	4	8		2		Экзамен
	Всего часов по учебной дисциплине:	10	8		2		Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Заочная форма получения высшего образования (на базе ССО)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов				Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия		
1	2	3	4	5	6	7	8
4 семестр							
Тема 1.	Теоретические основы ценообразования на национальном рынке	1				[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
Тема 2.	Государственное регулирование ценообразования	0,5				[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
Тема 3.	Ценообразование и антимонопольное регулирование	0,5				[1], [3], [17], [20], [21], [22]	
Тема 4.	Цены в экономике предприятия	2				[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	
	Калькулирование себестоимости продукции предприятия, включение прибыли и налогов в состав цены		2			[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	Опрос, проверка учебного задания
	Методы калькулирования себестоимости				2	[1], [2], [3], [6], [7], [11], [12], [13], [14], [15], [26], [17], [19], [21], [22]	Проверка учебного задания
Итого 4 семестр		4	2		2		
5 семестр							
Тема 5.	Маркетинговая программа ценообразования предприятия	1				[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Методы формирования цен		2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
	Рыночные и параметрические методы ценообразования				2	[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
Тема 6.	Формирование ценовой стратегии	1				[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	

1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 7.	Цены в принятии управленческих решений на предприятии	0,5				[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	
	Ценовая политика на основе сокращенных затрат		2			[3], [4], [6], [7], [10], [11], [14]	Проверка учебного задания
Тема 8.	Ценообразование в торгово-посреднической сфере	1				[1], [2], [3], [8], [9], [18], [21]	
	Формирование оптовых и розничных цен		2			[1], [2], [3], [8], [9], [18], [21]	Опрос, проверка учебного задания
Тема 9.	Особенности ценообразования на рынках потребительских товаров и услуг	0,5				[1], [2], [3], [8], [9], [13], [15], [17], [21], [22]	
	Итого 5 семестр	4	6		2		Экзамен
	Всего часов по учебной дисциплине:	8	8		4		Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная:

1. Артеменко, С. И. Ценообразование: курс лекций для студентов, обучающихся по специальностям общего высшего образования 6-05-0412-04 Маркетинг, 6-05-0413-01 Коммерция / С. И. Артеменко; Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Беларусь, Главное управление образования, науки и кадровой политики, Учреждение образования "Белорусская государственная сельскохозяйственная академия". – Горки: БГСХА, 2024. – 127 с. – URL: <https://elib.baa.by/xmlui/bitstream/handle/123456789/4629/ecd6087.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (дата обращения: 15.11.2024).

2. Касьяненко, Т.Г. Ценообразование: учебник и практикум для вузов / [Т.Г. Касьяненко и др.]; под ред. Т.Г. Касьяненко. - Москва: ЮРАЙТ, 2023. – 437 с.

3. Магомедов, М. Д. Ценообразование: учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. – 8-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2025. – 244 с. : табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=720242> (дата обращения: 19.03.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-05984-1. – Текст : электронный.

4. 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.

Дополнительная:

5. Акулич, И. Л. Маркетинг: учебник для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / И. Л. Акулич. - Минск: БГЭУ, 2020. - 541 с.

6. Бухгалтерский учет и ценообразование в общественном питании: учебное пособие для учащихся учреждений образования, реализующих образовательные программы среднего специального образования по специальности "Производство продукции и организация общественного питания" / [В. Б. Гурко и др.]. - Минск: Республиканский институт профессионального образования, 2021. - 206 с.

7. Дурович, А. П. Теория маркетинга : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальности "Маркетинг" / А. П. Дурович. – Минск : РИВШ, 2023. – 579 с.

8. Карпова, С. В. Управление ценами: учебник / под ред. С. В. Карповой. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 236 с. - ISBN 978-5-9558-0432-3. - Текст: электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010048> (дата обращения: 30.11.2021). – Режим доступа: по подписке.

9. Липсиц, И.В. Цены и ценообразование / Учебное пособие. М., Юрайт, 2019. – 160 с.
10. Маховикова, Г.А. Ценообразование в торговом деле. Теория и практика / Г.А. Маховикова, В.В. Лизовская – М.: Юрайт, 2017. – 240. с.
11. Маховикова, Г. Цены и ценообразование в коммерции / Г. Маховикова, В. Лизовская.-М.: Юрайт, 2017. – 231 с.
12. Мякиньякая, В. В. Ценообразование : учебное пособие : для студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений / В. В. Мякиньякая, А. А. Голубицкая ; УО "БИП - Ун-т права и социально-информационных технологий". – Минск : БИП - Университет права и социально-информационных технологий, 2021. – 143 с.
13. Николаева, Т. Е. Ценовая политика и стратегия фирмы на современном этапе развития: учебное пособие / Т. Е. Николаева. – Москва: ФЛИНТА, 2019. – 88 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603112> (дата обращения: 30.10.2024). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-9765-4280-8. – Текст: электронный.
14. Салимжанов, И.К. Ценообразование / И.К. Салимжанов. – М.: КноРус, 2017. – 304 с.
15. Слепов, В. А. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова, Л.Б. Сырков. - Москва: Магистр, 2024. — 304 с.
16. Фридман, А. М. Ценообразование: учебник+практикум / А.М. Фридман: ИЦ РИОР, 2023. — 151 с.
17. Цена и ценовая политика компании: учебник для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлению подготовки "Финансы" / [Н.В. Грызунова и др.]; под ред. Н.В. Грызуновой ; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. - Москва: КНОРУС, 2020. - 212, [1] с.: ил. - (Бакалавриат и магистратура).
18. Ценообразование: методические рекомендации к семинарским занятиям / А. А. Голубицкая. - Минск: БИП, 2019. -73 с.
19. Ценообразование: учебное пособие для учащихся учреждений образования, реализующих образовательные программы среднего специального образования по специальностям "Маркетинг", "Экономика и организация производства" / А. А. Савицкий. - Минск: Республиканский институт профессионального образования, 2020. - 177 с.
20. 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 с
21. Шуляк, П. Н. Ценообразование : учебно-практическое пособие / П. Н. Шуляк. – 13-е изд., перераб. и доп. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 193 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495830> (дата обращения: 19.03.2025). – ISBN 978-5-394-01387-4. – Текст : электронный.

Нормативные правовые акты:

22. Конституция Республики Беларусь от 15 марта 1994 г. [Электронный ресурс]: с изм. и доп., принятыми на респ. референдумах 24 нояб. 1996 г. и 17 окт. 2004 г. // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2021.

23. О ценообразовании [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. №255-3: в ред. Закон Респ. Беларусь от 11.07.2014 г. // Нац. правовой интернет-портал Респ. Беларусь. - Режим доступа: <http://www.pravo.by/>. - Дата доступа: 10.10.2021.

24. Налоговый кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 29 дек., 2009 г., № 71-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 29.12.2020 г., № 72-3 // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. - Минск, 2021.

25. Таможенный кодекс Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь № 43-3 от 15 июля 2009 года. //Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, 2009 г., № 173, 2/1595) <Н10900043>.

Перечень вопросов для проведения экзамена

1. Цена как экономическая категория. Роль и значение цен и ценообразования в национальной экономике. Принципы ценообразования.
2. Роль цен на уровне микро-, мезо-, макро- и интерэкономики. Функции цен.
3. Внутренние и внешние ценообразующие факторы.
4. Система цен и ценообразования на национальном рынке. Взаимосвязь между различными видами цен.
5. Поэлементный состав цены. Характеристика отдельных элементов цены, порядок их определения.
6. Формирование цен в зависимости от стадии товародвижения с учётом зачётного механизма исчисления налога на добавленную стоимость.
7. Порядок формирования и применения цен и тарифов в Республике Беларусь. Проблемы и перспективы политики цен в Республике Беларусь.
8. Формы участия государства в регулировании ценообразования на национальном рынке. Причины, определяющие необходимость государственного регулирования цен в национальной экономике.
9. Прямые и косвенные методы регулирования цен, используемые государством. Цены и системах перекрестного и бюджетного субсидирования.
10. Контроль за ценами как одно из направлений государственного регулирования цен.
11. Согласованность ценовой политики и политики доходов. Порядок индексации доходов населения с учётом роста цен.
12. Тендерное ценообразование. Виды процедур государственных закупок.
13. Регулирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынке.
14. Реестры предприятий-монополистов и формы регулирования цен на производимую ими продукцию (работу, услуги).
15. Виды монопольных цен: монопольно высокие, монопольно низкие и монопсонически низкие. Выявление признаков установления монопольных цен.
16. Запрещение антиконкурентных ценовых соглашений.
17. Формирование себестоимости как основного элемента цены. Способы калькулирования себестоимости.
18. Переменные и постоянные, прямые и косвенные, основные и накладные расходы.
19. Калькулирование себестоимости по статьям калькуляции и элементам затрат.
20. Варианты отнесения условно-постоянных расходов на себестоимость продукции.
21. Включение налогов и неналоговых платежей в себестоимость с учётом действующего законодательства.

22. Обоснование сумм прибыли, включаемых в цены.
 23. Понятия «франко» и «франкировки». Основные виды цен «франко», тяготеющие к пунктам отправки и доставки продукции.
 24. Ценовая политика предприятия и ее содержание.
 25. Технология обоснования цены в маркетинге предприятия.
 26. Принятие оптимальных ценовых решений в экономике предприятия.
- Метод обратной калькуляции.
27. Методы ценообразования, основанные на издержках производства, область их применения.
 28. Методы ценообразования, учитывающие качественные свойства продукции.
 29. Методы ценообразования, позволяющие в рыночных условиях устанавливать цену исходя из спроса, уровня конкуренции.
 30. Понятие ценовой стратегии. Условия применения ценовых стратегий.
 31. Конкурентные ценовые стратегии.
 32. Дифференцированные стратегии ценовой политики. Вертикальная и горизонтальная дифференциация цен.
 33. Ассортиментные ценовые стратегии.
 34. Ценовые скидки и компенсации. Обоснование шкалы скидок с цен за объем приобретаемой продукции.
 35. Модификация цен для стимулирования продаж.
 36. Цена и жизненный цикл товара.
 37. Ценовая политика предприятия на основе сокращенных затрат. Преимущества калькулирования по сокращенным затратам.
 38. Маржинальный анализ для реагирующей ценовой политики.
 39. Особенности формирования ценовой политики предприятий торговли.
 40. Свободные розничные цены и их формирование. Границы государственного регулирования цен на потребительском рынке.
 41. Оптовые и розничные торговые надбавки (скидки), их экономическое содержание.
 42. Обоснование торговых надбавок (скидок) с учётом действующей системы налогообложения, использование прямой и обратной калькуляции.
 43. Особенности формирования тарифов на бытовые услуги. Факторы, определяющие уровень цен и тарифов на бытовые услуги.
 44. Состав тарифа на услугу и заказ. Методы формирования тарифов на бытовые услуги.
 45. Особенности государственного регулирования рынка и тарифов на бытовые услуги.
 46. Дифференциация цен на услуги с учетом категорий предприятий, срочности исполнения заказа, сезонности, социальной значимости услуг и других факторов.
 47. Особенности формирования цен на жилищно-коммунальные услуги. Дифференциация тарифов на коммунальные услуги по территории республики, социальным признакам, категориям потребителей.

48. Система государственного регулирования цен на коммунальные услуги. Механизм перекрестного субсидирования. Индексация тарифов коммунального хозяйства.

49. Особенности формирования цен на продукцию общественного питания.

50. Калькулирование издержек производства и обращения в общественном питании.

51. Система государственного регулирования цен на продукцию общественного питания.

52. Методы определения продажных цен на собственную продукцию общественного питания.

53. Виды и система цен АПК.

54. Необходимость обеспечения паритета цен на промышленную продукцию, поставляемую селу, и закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию. Определение индекса паритета цен.

55. Особенности формирования себестоимости сельскохозяйственной продукции как базы закупочной цены. Обоснование прибыли в закупочных ценах.

56. Учёт качества продукции в закупочных ценах.

57. Особенности формирования цен на продукцию перерабатывающих предприятий АПК.

58. Виды и разновидности цен мирового рынка. Цены мировых открытых и закрытых рынков.

59. Проблемы измерения уровня и динамики внешнеторговых цен.

60. Методы определения внешнеторговых цен.

61. Технология определения цены внешнеторгового контракта.

62. Учет качества товара во внешнеторговой цене.

63. Фактор времени при определении внешнеторговой цены. Способы фиксации цены в контракте. Скользящие цены.

64. Цены на экспортируемые товары.

65. Формирование цен на импортируемые товары. Надбавка импортера, налоги, включаемые в состав цены на импортируемую продукцию.

66. Формирование цен на продукцию, производимую на давальческих условиях.

Перечень лабораторных занятий

1. Тема 3. «Ценообразование и антимонопольное регулирование». Тема лабораторного занятия: «Нормативно-правовая база Республики Беларусь».

2. Тема 4. «Порядок включения накладных расходов в состав себестоимость единицы продукции». Тема лабораторного занятия: «Способы калькулирования себестоимости продукции».

3. Тема 5. «Маркетинговая программа ценообразования предприятия». Темы лабораторных занятий: «Рыночные методы ценообразования», «Параметрические методы ценообразования».

4. Тема 7. «Цены в принятии управленческих решений на предприятии». Тема лабораторного занятия: «Применение маржинального анализа для решения задач, базирующихся на взаимосвязи цен, затрат и объемов производства продукции».

Перечень компьютерных программ для выполнения лабораторных работ

Программное обеспечение для проведения лабораторных работ по дисциплине «Ценообразование» - Microsoft Excel – программа, используемая для вычислений, работы с электронными таблицами, применением методов статистического анализа данных.

Контроль качества усвоения знаний

Диагностика качества усвоения знаний проводится в форме, текущей и промежуточной аттестаций.

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

- контрольная работа;
- опрос на аудиторных занятиях;
- учебное задание (решение задач).

Текущая аттестация обучающихся по учебной дисциплине проводится 3 раза в семестр (контрольная работа, учебное задание).

Результаты текущей аттестации за семестр, полученные в ходе проведения мероприятий текущей аттестации, оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и отражаются в ведомости текущей аттестации по учебной дисциплине, модулю.

Требования к обучающемуся при прохождении промежуточной аттестации.

Обучающиеся допускаются к промежуточной аттестации по учебной дисциплине при условии успешного прохождения текущей аттестации.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в целях оценки результатов их учебной деятельности за семестр по учебной дисциплине.

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

Результат промежуточной аттестации за семестр оценивается отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится с учетом отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий текущей аттестации в течение семестра.

Итоговая отметка по дисциплине определяется как округленная до целого сумма произведений средневзвешенного балла за текущую аттестацию и отметки по результатам промежуточной аттестации на соответствующие весовые коэффициенты:

$$E_{ит} = \Gamma_{св} \times K_{тек} + Д \times K_э,$$

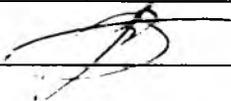
где Д – отметка на экзамене (зачете), $K_{тек}$ и $K_э$ – весовые коэффициенты для соответствующего вида контроля, $K_{тек} + K_э = 1$.

Значения весовых коэффициентов для аттестации по учебной дисциплине установлено из расчета 40% от балла за текущую аттестацию, 60% - промежуточную аттестацию.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

Методика формирования отметок по результатам текущей и промежуточной аттестации производится в соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков студентов в БГЭУ (утв. Приказом ректора от 20.12.2014 2014 № 1136-А).

**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)
Маркетинг	Кафедра маркетинга		

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
по учебной дисциплине «Ценообразование»
 (Регистрационный № _____ от _____._____._____)
 на 202__ /202__ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры логистики и ценовой политики (протокол № _____ от _____ 20__ г.)

Заведующий кафедрой,

к.э.н., доцент _____
 (ученая степень, ученое звание)

_____ (подпись)

О.В.Ерчак

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

к.э.н., доцент _____

С.Н.Лапина