

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

А.В.Егоров

27.12 2025

Регистрационный № УД 6870-25 /уч.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ВНЕШНЕМ РЫНКЕ

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 6-05-0412-04-2023, и учебных планов по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг»

СОСТАВИТЕЛЬ:

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Д.Ю.Пономарева, заведующий кафедрой цифровой экономики и менеджмента Российского экономического университета им. Г.В.Плеханова, Минский филиал, кандидат экономических наук, доцент;

Т.В.Кузнецова, доцент кафедры логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 4 от 13.11.2025);

Методической комиссией по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Рекламная деятельность» учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 2 от 14.11.2025);

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 3 от 23 . 12 .2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

В условиях формирования рыночных отношений, обострения конкуренции на отечественном и мировом рынках предприятиями все большее внимание уделяется ценовой политике в достижении поставленных ими целей. Поскольку цена – это параметр, от которого во многом зависит благополучие организации, размеры ее доходов и расходов, обязательным является осуществление продуманной политики ценообразования с учетом конъюнктуры конкретных товарных рынков не только в настоящее время, но и в краткосрочной и долгосрочной перспективе. В последние годы мировые цены постоянно находятся в центре внимания не только экономистов – международных, но и ученых, практических работников, что обусловлено, с одной стороны, ростом значения внешнеэкономических связей в экономике стран – участниц международного разделения труда, а с другой стороны, динамизмом цен мирового рынка, обслуживающих такие связи. Эти обстоятельства вызывают высокую степень зависимости экономики всех стран от изменения цен на мировом рынке. Многообразие связей мирового рынка порождает и множество цен в международной торговле. Эффективности ценовой политики предприятия на внешнем рынке во многом зависит от знания мировых цен и способности выбора из них ориентира для определения цены конкретного внешнеторгового контракта.

Цель преподавания учебной дисциплины «Ценовая политика на внешнем рынке» – овладение студентами вопросами методологии и практики формирования ценовой политики в системе маркетинга.

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

- приобретение знаний об особенностях ценообразования на внешнем рынке и факторах, определяющих уровень и динамику цен;
- выработка навыков анализа, прогнозирования и формирования цен во внешнеторговых сделках;
- овладение методикой формирования цен, используемой зарубежными фирмами;
- освоение практики обоснования цен на экспортируемые и импортируемые товары.

В результате изучения учебной дисциплины «Ценовая политика на внешнем рынке» формируется следующая компетенция:

специализированная:

Реализовывает ценовую политику на внешних рынках, использует методы определения внешнеторговых цен, производит обоснование цен при заключении различных внешнеторговых сделок, осуществляет экономическое обоснование видов ценовых скидок.

В результате изучения дисциплины студенты должны:

знать:

- особенности ценовой политики на внутреннем рынке и за рубежом;

методы государственного регулирования цен на внутреннем рынке и за рубежом;

основные стратегии ценовой политики и методы определения цен; особенности мирового рынка и его структуры, виды и разновидности цен мирового рынка; методы определения внешнеторговых цен.

уметь:

проводить обоснование ценовой политики предприятия; определять цены на различные виды товаров с применением основных методов ценообразования;

обосновывать различного рода скидки с цен;

обосновывать уровень цен на экспортируемые и импортируемые товары;

формировать цены в товарообменных и толлинговых операциях.

иметь навык:

калькулирования затрат по элементам и статьям расходов;

использования теории игр в ценовой политике предприятия;

практической реализации методов прогнозирования мировых цен;

определения национальных уровней цен и паритета покупательной способности валют (ППС);

определения таможенной стоимости товара.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент 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.

Учебная дисциплина «Ценовая политика на внешнем рынке» по специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг» относится к модулю «Маркетинговый инструментарий» компонента учреждения образования.

Дисциплина «Ценовая политика на внешнем рынке» изучается на базе дисциплин «Теория маркетинга», «Статистика».

Форма получения высшего образования: дистанционная.

В соответствии с учебным планом специальности 6-05-0412-04 «Маркетинг» на изучение дисциплины отводится:

дистанционная форма получения образования:

общее количество учебных часов – 72, аудиторные – 32 часа, из них лекции – 16 часов (из них 10 часов – УСП), практические занятия – 16 часов (из них 10 часов – УСП).

Распределение аудиторного времени по курсам и семестрам:

5 семестр: лекции - 6 часов (10 часов – УСП), практические занятия - 6 часов (10 часов – УСП);

Самостоятельная работа студента – 40 часов;

Трудоемкость – 2 з.е.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Ценовая политика в системе маркетинга

Понятие цены с позиций различных экономических концепций. Цена, ценообразование и ценовая политика. Эластичность спроса от цены. Перекрестная эластичность. Эластичность ценовых ожиданий. Ценовая политика и остальные элементы комплекса маркетинга. Цели и этапы обоснования ценовой политики. Цена и жизненный цикл товара. Конкурентная структура рынка. Рынок свободной конкуренции. Рынок монополистической конкуренции. Олигополия и олигопсония. Модели поведения олигополии. Чистая монополия и монопсония. Современные тенденции ценовой политики.

Методы государственного регулирования цен в Республике Беларусь и за рубежом. Свободные и регулируемые цены. Прямое и косвенное регулирование цен. Основные законодательные акты в сфере ценообразования. Регулирование деятельности предприятий-монополистов. Монопольная цена. Ценовые соглашения.

Тема 2. Теоретические и методологические основы ценовой политики на внешнем рынке

Особенности мирового рынка и его структуры. Виды мировых товарных рынков. Множественность цен мирового рынка. Совокупность факторов, определяющих уровень и динамику цен мирового рынка.

Анализ цен мирового рынка. Основные тенденции в движении мировых цен за последние 50 лет. Особенности прогнозирования мировых цен. Методы прогнозирования мировых цен: многофакторный статистический, многошаговый регрессионный, метод «Дельфи».

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. Дефляторы экспорта и импорта. Система цен зарубежных компаний. Цены производителей (нетто-цены), базисные цены, расчетные цены, фактурные цены, справочные цены, цены оферт.

Взаимосвязь внутренних и внешнеторговых цен. Закономерности в соотношении внутренних и мировых цен. Проблемы измерения цен в международной торговле. Паритеты покупательной способности (ППС) валют и их расчеты. Соотношение ППС и валютных курсов в странах с различным уровнем экономического развития. Определение национальных уровней цен.

Тема 3. Ценовая политика предприятий в зарубежных странах

Ценовая политика на основе полных и сокращенных затрат. Принципы деления затрат на переменные и условно-постоянные. Устранимые и дополнительные издержки. Маржинальный доход. Определение окупаемости постоянных затрат при заданном уровне рыночных цен (точка безубыточности). Методика расчета объема продаж, при котором достигается целевая норма прибыли. Учет зависимости между изменением цены, объема продаж и величины прибыли при установлении цены. Модели ценообразования ориентированные на максимизацию прибыли и сегментацию рынка.

Ценовые скидки и компенсации. Плановые и тактические скидки. Расчет предельной величины дисконта. Определение верхней границы дисконта. Разработка шкалы скидок. Расчет максимального объема скидки.

Тема 4. Таможенно–тарифное регулирование и ценовая политика

Таможенная политика. Виды таможенных тарифов. Адвалорные и специфические пошлины. Функции таможенных пошлин. Номенклатура гармонизированной системы (НГС). Система классификации НГС.

Таможенная стоимость товара. Правила определения таможенной стоимости товара. Определение таможенной стоимости товара по цене сделки с ввозимым товаром. Условия использования метода определения таможенной стоимости по цене сделки с идентичным товаром и по цене сделки с однородным товаром. Возможность использования методов оценки таможенной стоимости товара на основе вычитания и сложения стоимости. Определение таможенной стоимости товара с помощью резервного метода.

Таможенная политика восточноевропейских стран. Таможенная политика Республики Беларусь. Особенности таможенной политики развивающихся стран.

Тема 5. Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта

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. Отражение валютно-финансовых и платежных условий сделки в цене. Учет условий поставки во внешнеторговых ценах. Система «Incoterms-2010». Условия поставки групп «E», «F», «C», «D». Уторгование цены внешнеторгового контракта. Система ценовых скидок, используемая в практике внешней торговли. Включение налогов и пошлин во внешнеторговую цену. Использование принципов избежания двойного налогообложения, страны происхождения и назначения во внешнеторговой ценовой политике с различными странами. Влияние валютного курса на динамику цен экспортируемых и импортируемых товаров.

Тема 6. Особенности ценовой политики при заключении различных внешнеторговых сделок

Методика обоснования цен на товары, экспортируемые из Республики Беларусь. Особенности определения цен на экспортное сырье, сложно – техническую продукцию и товары народного потребления. Расчет эффективности экспортных сделок. Определение цен на товары, импортируемые в Республику Беларусь. Методика оценки эффективности сделок по импорту внешнеторговыми предприятиями.

Цены в товарообменных (бартерных) операциях. Порядок формирования экономического обоснования товарообменных операций. Определение стоимости экспортных и импортных товаров в учетных ценах. Расчетный коэффициент.

Формирование цен в операциях с давальческим сырьем.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Ценовая политика на внешнем рынке»
Дистанционная форма получения общего высшего образования

| Номер раздела, 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 занятия | семинарские занятия | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 |
| 5 семестр | | | | | | | | | | |
| Тема 1 | Ценовая политика в системе маркетинга | 2 | | | | | | | [1,4-6,8-12,16-21] | |
| | Ценовая политика в системе маркетинга | | 2 | | | | | | [1,4-6,8-12,16-21] | Опрос, дискуссия |
| Тема 2 | Теоретические и методологические основы ценовой политики на внешнем рынке | | | | | 2 | | | [1,4-6,8-12,16-21] | |
| | Теоретические и методологические основы ценовой политики на внешнем рынке | | | | | | 2 | | [1,4-6,8-12,16-21] | Опрос, тест |
| Тема 3 | Ценовая политика предприятий в зарубежных странах | 2 | | | | 2 | | | [1,3,7,13-15] | |
| | Ценовая политика предприятий в зарубежных странах | | 2 | | | | 2 | | [1,3,7,13-15] | Контрольное задание 1, решение практических кейсов |
| Тема 4 | Таможенно–тарифное регулирование и ценовая политика | | | | | 4 | | | [1,3,7,13-15,22] | |
| | Таможенно–тарифное регулирование и ценовая политика | | | | | | 4 | | [1,3,7,13-15,22] | Проект |

| | | | | | | | | | | |
|--------|---|----------|----------|--|--|-----------|-----------|--|----------------------|-------------------------------------|
| Тема 5 | Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта | 2 | | | | | | | [1,3,7,13- 15,22] | |
| | Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта | | 2 | | | | | | [1,3,7,13- 15,22] | Контрольное задание 2, дискуссия |
| Тема 6 | Особенности ценовой политики при заключении различных внешнеторговых сделок | | | | | 2 | | | [1,3,7,13- 15] | |
| | Особенности ценовой политики при заключении различных внешнеторговых сделок | | | | | | 2 | | [1,3,7,13- 15] | Презентации |
| | Итого 5 семестр | 6 | 6 | | | 10 | 10 | | | Зачет |
| | Всего часов | 6 | 6 | | | 10 | 10 | | | |

ИНФОРМАЦИОННО- МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Полещук, И. И. Ценообразование: учеб. пособие для студентов учреждений высш. образования по специальностям «Маркетинг», «Логистика», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» / И. И. Полещук, Н. А. Полещук. – Минск: БГЭУ, 2019. – 282 с. : ил.

2. Акулич, И. Л. Международный маркетинг: учебник / И. Л. Акулич. - Мн.: ТетраСистемс, Тетралит, 2014. - 512 с.

3. Моргунов, В. И. Международный маркетинг : учебник для бакалавров / В. И. Моргунов, С. В. Моргунов. - 4-е изд., стер. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2020. - 180 с. - ISBN 978-5-394-03802-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1091844> (дата обращения: 17.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

4. Салимжанов, И. К. Ценообразование : учебник / И. К. Салимжанов. – Москва : КноРус, 2024. – 299 с. – ISBN 978-5-406-12806-0. – URL: <https://book.ru/book/952825> (дата обращения: 17.12.2025). – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.

5. Овешникова, Л. В. Ценообразование в цифровой экономике : учебное пособие / Л. В. Овешникова, Е. В. Сибирская. – Москва : КноРус, 2026. – 189 с. – ISBN 978-5-406-14853-2. – URL: <https://book.ru/book/958965> (дата обращения: 17.12.2025). – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная:

6. Делятицкая, А.В. Ценообразование: конспект лекций / А.В. Делятицкая. – Москва : РГУП, 2018. – 56 с. – ISBN 978-5-93916-721-5. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1196318> (дата обращения: 17.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

7. Клинов, В. Г. Мировые товарные рынки и цены: учебник / В. Г. Клинов, Л.С. Ревенко, Т.И. Ружинская; под ред. Л.С. Ревенко; ФГАОУ ВО «Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ваиностр. дел Рос. Федерации», каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкон. связей. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: МГИМО-Университет, 2018. – 664, [1] с. : ил. – (Учебники МГИМО).

8. Цена и ценовая политика компании : учебник / Н. В. Грызунова, Т. Г. Бондаренко, М. И. Ермилова [и др.] ; под ред. Н. В. Грызуновой. – Москва : КноРус, 2020. – 213 с. – ISBN 978-5-406-07071-0. – URL: <https://book.ru/book/933983> (дата обращения: 17.12.2025). – Текст : электронный. – Режим доступа: по подписке.

9. Липсиц, И. В. Ценообразование: учеб. пособие для прикладного бакалавриата: для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / И. В. Липсиц. – М.: Юрайт, 2016. – 158 с.

10. Диалектика цены и концепция создания единой системы мониторинга процессов ценообразования в экономике: монография / А.В. Ковалев, Л.Н. Орлова, П.А. Домкин, С.М. Соколов. – М.: ИНФРА-М, 2021. – 189 с. : ил. – DOI 10.12737/1322485. – ISBN 978-5-16-014631-7. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485> (дата обращения: 17.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

11. Марр, Б. Ключевые показатели эффективности. / Б. Марр. – М.: Бином, 2013. – 340 с.

12. Тактаров, Г.А., Григорьева, Е.М., Асейнов, С.А. Ценообразование: учеб. пособие / Под ред. Г.А. Тактарова. – М.: Финансы и статистика, 2013. – 176 с.

13. 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: 17.12.2025). – ISBN 978-5-394-01387-4. – Текст : электронный.

14. Ценообразование : учебник / под ред. проф. В. А. Слепова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Магистр : ИНФРА-М, 2024. – 304 с. – (Бакалавриат). - ISBN 978-5-9776-0455-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2086781> (дата обращения: 17.12.2025). – Режим доступа: по подписке.

15. Ценообразование во внешней торговле : учебник / под ред. В. Б. Мантусова ; Российская таможенная академия. – Москва : Юнити-Дана, 2018. – 248 с. : табл., граф., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562349> (дата обращения: 17.12.2025). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03051-7. – Текст : электронный.

Законодательные и нормативные акты

16. Налоговый кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 11 декабря 2009 года, одобрен Советом республики 18 декабря 2009 года (в ред. Закона от 18.10.2016) № 432-3, с. изм. и доп. от 01.01.2018 г. // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 26.10.2016, 2/2430.

17. О государственном регулировании внешнеторговой деятельности: Закон Респ. Беларусь от 25.11.2004. № 347-3 // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, 2004 г., № 4, 2/11096.

18. О Концепции ценообразования в Республике Беларусь: Постановление Совета Министров Респ. Беларусь от 20.07.2005. // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, от 25.07.2005, № 5/16291.

19. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Респ. Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 660// Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, от 13.12.2013 г., № 60, 2/1742.

20. О ратификации Договора о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза: Закон Респ. Беларусь от 10 ноября 2017 года № 59-3 // Национальный правовой Интернет-портал Респ. Беларусь, 17.11.2017, 2/2497.

21. О ценообразовании: Закон Респ. Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 (с изм. и дополн. от 11.07.2014 г. № 192-3) // Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, от 22.07.2014, № 2/2190.

22. 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 зачета

1. Особенности ценообразования на мировом рынке.
2. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен.
3. Виды цен мирового рынка.
4. Виды и характеристика цен международных открытых рынков.
5. Виды и характеристика цен международных закрытых рынков
6. Ценовая информация, используемая при заключении внешнеторговых контрактов.
7. Взаимосвязь внутренних и мировых цен.
8. Измерение уровня и динамики внешнеторговых цен (ППС и НУЦ).
9. Понятие и особенности демпинга.
10. Процедура антидемпингового расследования.
11. Доказательства наличия демпингового импорта, указываемые в заявлении предприятиями-инициаторами расследования.
12. Доказательства наличия материального ущерба.
13. Сроки проведения расследования и введение антидемпинговых мер.
14. Особенности трансфертного ценообразования. Мотивы и последствия его использования.
15. Схемы использования трансфертного ценообразования.
16. Методы установления трансфертных цен в ТНК.
17. Методы и способы выявления трансфертных цен.
18. Контроль и регулирование трансфертного ценообразования в Республике Беларусь.
19. Тарифное и нетарифное регулирование внешнеэкономической деятельности.
20. Характеристика таможенных режимов.
21. Финансово-кредитные и валютные инструменты нетарифного регулирования ВЭД.
22. Меры контроля над ценами и технические меры нетарифного регулирования ВЭД.
23. Меры количественного контроля как разновидность нетарифного регулирования ВЭД.
24. Таможенные платежи в составе внешнеторговой цены.
25. Методы определения таможенной стоимости товаров.
26. Учет влияния страны происхождения товара на внешнеторговую цену.
27. Ценовая политика на основе сокращенных затрат.
28. Взаимосвязь между ценой, прибылью и долей рынка.
29. Система ценовых скидок, используемая в практике внешней торговли.
30. Установление цены с целью максимизации прибыли
31. Обоснование ценовых скидок за объем партии товара.
32. Ценовые скидки за рассрочку платежа: стратегия декортов.
33. Этапы обоснования цены внешнеторгового контракта.

34. Учет фактора времени при определении цены.
35. Отражение валютно-финансовых условий сделки в цене.
36. Учет условий поставки во внешнеторговых ценах. ИНКОТЕРМС-2010.
37. Включение налогов и пошлин во внешнеторговую цену.
38. Формирование цен на товары, импортируемые и экспортируемые из РБ.
39. Поэлементный состав розничной цены на импортируемые товары.
40. Цены в бартерных контрактах.
41. Цены во внешнеторговых толлинговых сделках.

Примерный перечень заданий управляемой самостоятельной работы обучающихся по учебной дисциплине

Контрольная работа 1. Решение задач

Задача 1. Отпускная цена 1 упаковки офисной бумаги без косвенных налогов – 12\$. Планируемый объем партии – 30 000 экземпляров. Сумма постоянных расходов по предприятию, относящихся к производству данной партии – 13000\$. Сумма материальных и других переменных затрат на производство 1 упаковки – 2\$. Каким должен быть минимальный объем партии, обеспечивающий покрытие затрат? Какой объём должна произвести и продать фирма, чтобы получить прибыль в размере 5720\$? Какую прибыль получит предприятие, если произведет и продаст 1780 упаковок бумаги?

Задача 2. Объем продаж товара в компании составляет 6000шт., цена за единицу = 1,2\$, затраты переменные на ед. = 0,6\$, затраты постоянные общие = 2000\$. Для увеличения продаж рассматривается снижение цены на 10%. При этом, по оценкам маркетологов, спрос может увеличиться на 20%. Определите, как это отразится на прибыли. На сколько должен измениться объем продаж, чтобы предприятие получило прежний размер прибыли, что и до снижения цены?

Задача 3. Отпускная цена единицы изделия без учета косвенных налогов – 6100 руб. Средняя заказываемая партия = 1000 шт. Сумма постоянных расходов на производство на предприятии составляет 150 000 тыс. руб. Материальные и прочие переменные затраты в составе себестоимости 1 шт – 3600 руб. Ежемесячный объем производства составляет 100 000 шт. Каким должен быть минимальный объем партии, обеспечивающий покрытие затрат? Рассчитайте максимальный размер скидки с цены за объем поставки (округлите до целого числа), а также постройте шкалу скидок с шагом 4% от максимальной скидки и определите соответствующие им цены и объемы заказываемых партий.

Контрольная работа 1. Ценовые стратегии предприятий

Для выполнения задания необходимо провести кабинетное исследование ценовых стратегий предприятий и подготовить презентацию, отражающую результаты анализа.

Выполнение задание:

1. Изучить теоретические основы ценовых стратегий:
 - понятие и роль ценовой стратегии в системе маркетинга;
 - основные виды ценовых стратегий (премиальная, проникновения на рынок, «снятия сливок», конкурентная, дифференцированная, психологическая и др.);
 - факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии (издержки, конкуренция, спрос, цели предприятия).
 2. Провести кабинетное исследование:
 - выбрать 1–2 предприятия (или бренда) из одной отрасли;
 - проанализировать используемые ими ценовые стратегии;
 - определить, какие цели решает выбранная ценовая стратегия и насколько она соответствует рыночной ситуации.
- В качестве источников следует использовать официальные сайты компаний, интернет-магазины и прайс-листы, аналитические статьи, отчёты, публикации в деловых СМИ, учебную и научную литературу.
3. Сформулировать выводы:
 - оценить преимущества и ограничения выбранных ценовых стратегий;
 - сделать обоснованные выводы об эффективности ценовой политики предприятий.

Требования к оформлению результатов: в виде презентации, которая должна содержать 8–12 слайдов и включать титульный слайд (тема, ФИО студента, группа), актуальность и цель исследования, краткий теоретический обзор ценовых стратегий, характеристику выбранных предприятий и отрасли, анализ ценовых стратегий (1–3 слайда), сравнительный анализ (при выборе нескольких предприятий), основные выводы и рекомендации, список использованных источников. Формат презентации: PowerPoint / Google Slides / PDF.

Форма выполнения задания: индивидуальная.

Организация самостоятельной работы студентов

Для получения компетенций по учебной дисциплине важным этапом является самостоятельная работа студентов. На самостоятельную работу обучающихся дневной формы получения образования отводится 40 часов.

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 под контролем преподавателя в соответствии с расписанием учебных занятий;
- углубленное изучение разделов, тем, отдельных вопросов, понятий;
- выполнение типовых расчетов, индивидуальных проектов;
- подготовка к практическим занятиям, в том числе подготовка сообщений, тематических докладов, информационных и демонстративных материалов, презентаций и т.д.;
- работа с учебной, справочной, аналитической и другой литературой и материалами;
- составление обзора научной (научно-технической) литературы по заданной теме;
- выполнение информационного поиска и составление тематической подборки литературных источников, интернет-источников;
- аналитическую обработку текста (аннотирование, реферирование, рецензирование, составление резюме);
- подготовку к сдаче зачета.

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:

- контрольное задание;
- опрос;
- презентации;
- тест;
- дискуссии;
- решение практических кейсов;
- проект.

Текущая аттестация по учебной дисциплине проводится два раза в семестр. 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 зачета.

Методика формирования отметки по учебной дисциплине

В соответствии с Положением о рейтинговой системе оценки знаний, умений и навыков магистрантов БГЭУ.

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) ¹ |
|---|------------------------------|---|--|
| Маркетинговые исследования и аналитика | Логистики и ценовой политики | Замечаний и предложений нет  | Протокол № <u>4</u> от <u>13/11</u> .2025 |