

Учреждение образования
«Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»


_____ В.Ю.Шутилин

25 06 2020 г.

Регистрационный № УД 4496-20 уч.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной
дисциплине для специальности

1-26 02 03 «Маркетинг»

2020

Учебная программа составлена на основе типового учебного плана по специальности «Маркетинг» рег. № Е 26-1-005/тип. от 30.05.2013, учебного плана по специальности «Маркетинг» рег. № 43Р-13 от 10.06.2013, № 103Р-13 от 28.11.2013

СОСТАВИТЕЛЬ:

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

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

Василега В.Г. – заведующий отделом макроэкономического и ценового мониторинга и эвалюации ГНУ НИЭИ Министерства экономики Республики Беларусь, кандидат экономических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

Протокол № 9 от 30.04.2020 г.

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

Протокол № 6 от 17.06.2020

Пояснительная записка

Учебная программа по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг».

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

Целью учебной дисциплины «Ценообразование на национальном рынке» является 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.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- усвоение базовых принципов и методологии ценообразования на национальном рынке;
- получение знаний о механизме формирования цен в различных отраслях национальной экономики;
- освоение методологии и практики государственного регулирования цен в республике;
- 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 национальных рынках товаров и услуг;

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- основные понятия в области ценообразования;
- правила, принципы и функции ценообразования;
- 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.

владеть:

- методами определения и формирования цен на товары и услуги;

- практическими навыками по формированию цен на национальном рынке

- знаниями, необходимыми для решения задач в области управления ценами.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» учебная программа рассчитана на 200 часов, из них аудиторных занятий 102 часа. Примерное распределение по видам занятий: лекций – 50 часов; практические занятия – 32 часа, лабораторные занятия – 20 часов.

Форма текущего контроля – 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. Основные результаты научных исследований отечественных и зарубежных экономистов по проблемам ценообразования.

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.

Прямые и косвенные методы регулирования цен, используемые государством. Политика государственного регулирования цен, проводимая в республике. Регулирование цен на социально значимые товары и услуги. Цены и системах перекрестного и бюджетного субсидирования.

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

Проблемы и необходимость совершенствования законодательства по вопросам ценообразования.

Контроль за ценами как одно из направлений государственного регулирования цен. Органы государственного управления, занимающиеся контролем за ценами и ценообразованием в республике. Содержание контроля и задачи его проведения. Перечень нарушений дисциплины цен. Административные и экономические санкции за нарушение законодательства о ценообразовании.

Согласованность ценовой политики и политики доходов. Порядок индексации доходов населения с учётом роста цен. Порядок дооценки стоимости производственных запасов, готовой продукции на складах предприятий, товаров в оптовой и розничной торговле.

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. 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.

Выбор целей предприятия. Долгосрочные и краткосрочные цели. Цели, ориентированные на увеличение объема продаж, повышение качества продукции. Выживание, максимизация текущей прибыли. Зависимость между уровнем цены, общим доходом, долей рынка и прибылью предприятия при различных ценах. Диапазон основного выбора.

Информация, необходимая для принятия решений по ценам. Информация о рынке в целом. Информация о конкуренции на рынке. Информация о ценах. Информация о политике государственного регулирования ценообразованием. Сведения о производстве и затратах. Информация о выручке от продажи товаров и прибыли. Оценка риска принимаемых решений.

Внутрифирменное	ценообразование.	Определение
внутрипроизводственных	цен.	элементов
внутрипроизводственной цены.	Обоснование	

ТЕМА 5. Гибкость ценовой политики

Дискриминационная ценовая политика, ее сущность. Запрещенная и не запрещенная ценовая дискриминация. Обязательные условия применения дискриминационной ценовой политики. Ценовая политика в зависимости от сегмента рынка, с учетом формы продукта, по принципу создания имиджа, в зависимости от местоположения, с учетом времени. Примеры дискриминационной ценовой политики.

Ценовые скидки и компенсации. Скидка в зависимости от условий оплаты. Скидки за объем продаж. Методика обоснования каталога скидок с учетом объема продаж. Сезонные скидки. Компенсации (зачеты). Ценовая политика по принципу потери позиций лидирующего продукта. Практика применения скидок в зависимости от характера обстоятельств. Возмещение части средств, затраченных на покупку (по купонам). Скидки с учетом психологических факторов.

Ассортиментная ценовая политика. Ценовая политика с учетом вариантов характеристик. Ценовая политика в отношении побочных продуктов. Ценовая политика на комплект продуктов. Ценовая политика на вспомогательные и редко заказываемые товары.

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.

Возможная реакция покупателей на повышение или снижение цен. Ответные действия конкурентов на изменение цен на различных типах рынков. Предсказуемая и непредсказуемая реакция конкурентов на ценовые изменения. Программа ответных мер при снижении цен конкурентом.

ТЕМА 6. 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. Состав сокращенных затрат. Маржинальный доход. 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.

ТЕМА 7. Формирование отпускных цен на продукцию 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. Виды показателей рентабельности, используемые для расчёта прибыли в цене. 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 8. 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, в том числе на продукцию животноводства и растениеводства. 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. Дифференциация закупочных цен на основные виды сельскохозяйственной продукции: молоко, скот, зерно, овощи, фрукты. Стимулирование увеличения производства сельскохозяйственной продукции с помощью надбавок к закупочным ценам. Формирование закупочных цен с учётом равновыгодности производства продукции в хозяйствах. Цены на сельскохозяйственное сырьё, их состав по элементам. Наценки заготовительных организаций. Особенности формирования цен на продукцию перерабатывающих предприятий АПК.

ТЕМА 9. Тарифы на грузовые перевозки

Экономическое содержание и особенности тарифов на грузовые перевозки. Виды грузовых транспортных тарифов в зависимости от способа установления, формы построения. Дифференциальные, пропорциональные, аккордные тарифы. Особенности формирования затрат на транспорте. Затраты по начально-конечным операциям, их состав. Затраты по движущим операциям, их состав. Двухставочная форма построения тарифов на транспорте. Обоснование прибыли в транспортных тарифах. Отражение налогов в транспортных тарифах в соответствии с действующим законодательством. Соотношение уровней тарифов различных видов транспорта.

Тарифы автомобильного транспорта. Дифференциация тарифов автомобильного транспорта. Сдельные тарифы и их применение. Повременные тарифы и расчёт платы за перевозку. Тарифы из покилометрового расчёта. Система надбавок и скидок к основным тарифам, используемым на автомобильном транспорте. Корректировка тарифов с учётом удорожающих факторов. Грузовые тарифы железнодорожного транспорта. Дифференциация тарифов железнодорожного транспорта в зависимости от типа подвижного состава, степени использования грузоподъёмности и вместимости вагонов, вида отправок, скорости перевозок. Использование прейскуранта на железнодорожные перевозки для определения провозных плат и сборов (таксировка). Индексация тарифов железнодорожного транспорта.

Тарифы речного транспорта и их дифференциация по пароходствам, в зависимости от вида перевозок, вида отправок. Грузовые тарифы авиационного транспорта, их виды.

ТЕМА 10. 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 11. Особенности ценообразования на рынках потребительских услуг

Цены и тарифы на рынке бытовых услуг. Специфика развития рынка бытовых услуг. Особенности формирования цен на бытовые услуги. Факторы, определяющие уровень цен и тарифов на бытовые услуги. Состав цены на услугу и заказ. Особенности государственного регулирования рынка и цен бытовых услуг. Формирование цен на ремонтные услуги. Формирование цен на услуги по изготовлению новых изделий на заказ. Особенности калькулирования себестоимости услуг. Обоснование прибыли в ценах на бытовые услуги. Дифференциация цен на услуги с учетом категорий предприятий, срочности исполнения заказа, сезонности, социальной значимости услуг и других факторов

Особенности формирования цен на жилищно-коммунальные услуги. Дифференциация тарифов на коммунальные услуги по территории республики, социальным признакам, категориям потребителей. Система государственного регулирования цен на коммунальные услуги. Механизм перекрестного субсидирования в сфере коммунальных услуг. Особенности калькулирования затрат в коммунальном хозяйстве. Установление тарифов на электроэнергию и газ для населения. Тарифы на воду и услуги канализации для населения. Плата за отопление и горячее водоснабжение. Использование механизма предоставления безналичных жилищных субсидий. 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.

Рынок услуг связи и его развитие. Отраслевые особенности ценообразования на услуги связи. Дифференциация тарифов на услуги связи. Государственное регулирование цен на социально значимые услуги связи.

Политика ценообразования на туристские услуги. Формирование ценовой стратегии и тактики на туристские услуги. Особенности, влияющие на процесс ценообразования в сфере туризма. Этапы и механизм формирования цены туристского продукта. Специфика формирования затрат и совокупные издержки на туристские услуги. Цены на гостиничные и транспортные услуги.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ценообразование на национальном рынке»
для дневной формы получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Л	Пз	Лаб		
1	ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ	4	2	-	-	-	-	-	[1, 2, 4]	Обсуждение вопросов темы.
2	ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	-	2	-	-	6	-	-	[1, 2, 4]	Обсуждение вопросов темы, тесты, рефераты.
3	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	4	2	-	-	-	-	-	[1, 2, 4]	Обсуждение вопросов темы, тесты
4	МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	6	4	-	-	-	-	-	[3, 4, 6]	Обсуждение изученного материала. проверка правильности решения заданий. тесты
5	ГИБКОСТЬ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ	-	4	-	4	6	-	-	[3, 4, 11]	Проверка правильности решения заданий, тесты, рефераты.
6	ЦЕНЫ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ	-	2	-	4	4	-	-	[3, 4]	Проверка правильности решения заданий, тесты, рефераты.
7	ФОРМИРОВАНИЕ ОТПУСКНЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	4	4	-	4	-	-	-	[1, 2, 3, 11]	Обсуждение вопросов темы. проверка решения заданий, тесты,

										рефераты.
8	ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ	4	2	-	2	-			[1, 4]	Обсуждение изученного материала, проверка правильности решения заданий
9	ТАРИФЫ НА ГРУЗОВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ	4	2	-	2	-			[4]	Обсуждение изученного материала, проверка правильности решения заданий
10	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	4	4	-	2	-			[1, 4, 11]	Обсуждение изученного материала, проверка правильности решения заданий, тесты
11	ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ	4	4	-	2	-			[1, 4]	Обсуждение изученного материала, проверка правильности решения заданий
	Всего часов	34	32		20	16				Экзамен

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ценообразование на национальном рынке»
для заочной формы получения высшего образования**

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов							Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР				
						Л	Пз	Лаб		
1	ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ	1	0,5		-				[1,2, 4]	Обсуждение вопросов темы.
2	ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	1	0,5		-				[1, 2, 4]	Обсуждение вопросов темы, тесты.
3	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ	1	0,5		-				[1, 2, 4]	Обсуждение вопросов темы, тесты.
4	МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ	1	1		-				[3, 4, 6]	Обсуждение изученного материала, тесты.
5	ГИБКОСТЬ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ	1	0,5		-				[3, 4, 11]	Обсуждение вопросов темы, проверка решения заданий.
6	ЦЕНЫ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ	1	1		-				[3, 4]	Обсуждение изученного материала, проверка правильности решения заданий.
7	ФОРМИРОВАНИЕ ОТПУСКНЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ	2	1		2				[1, 2, 3, 11]	Обсуждение вопросов темы, проверка решения заданий.
8	ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АГРАРНО-	1	0,5		-				[1, 4]	Обсуждение изученного

	ПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ									материала. проверка правильности решения заданий.
9	ТАРИФЫ НА ГРУЗОВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ	1	0,5		1				[4]	Обсуждение вопросов темы, решение задач.
10	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ СФЕРЕ	1	1		-				[1, 4, 11]	Обсуждение изученного материала. проверка правильности решения заданий.
11	ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ	1	1		1				[1, 4]	Обсуждение вопросов темы, проверка правильности решения заданий.
	Всего часов	12	8		4					Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке»

В овладении знаниями учебной дисциплины важным этапом является самостоятельная работа студентов. Рекомендуется бюджет времени для самостоятельной работы в среднем 2-2,5 часа на 2-х часовое аудиторное занятие.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначально подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;
 - ознакомление со списком рекомендуемой литературы по 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, лабораторным занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
 - подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы и т.п.);
 - написание рефератов;
 - выполнение микроисследований по заданной проблеме;
 - практические разработки и выработка рекомендаций по решению проблемной ситуации;
 - выполнение домашних заданий в виде решения задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным темам;
 - компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов;
 - подготовка к зачетам, экзаменам.
- Форма текущей аттестации — экзамен.

ЛИТЕРАТУРА

Законодательные и нормативные акты

1. Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 «О ценообразовании». Принят Палатой представителей 13 апреля 1999 г. Одобрен Советом Республики 26 апреля 1999 г.

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь: ринят Палатой представителей 28 окт. 1998г.:одобр.Советом Респ. 19 нояб.1998 г.: текст по состоянию на 1 сент 2009 г.// Консультант плюс: Беларусь. Технология Проф [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2010.

Основная:

3. Липсиц, И.В. Цены и ценообразование / Учебное пособие. М., Юрайт, 2019. – 160 с.

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.

5. Терешина В.В., Ценообразование на национальном рынке: электронный учебно-методический комплекс для студентов специальности 1-26 02 03 "Маркетинг" [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edoc.bseu.by:8080/handle/edoc/3502>

Дополнительная:

6. Инструкции о порядке начисления амортизации основных средств и нематериальных активов: утв. постановлением Министерством экономики, Министерством финансов, Минстройархитектуры Республики Беларусь № 37/18/ 6 от 27.02.2009 г. (с измен. и дополнениями) // Консультант Плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Республики. Беларусь. Минск, 2020

7. Касьяненко, Т.Г. Ценообразование / Т.Г. Касьяненко. – М.: Юрайт, 2017. – 437 с.

8. Ковалев, А. Ценообразование на рынке машин и оборудования / А. Ковалев. – М.: КноРус, 2016. – 128 с.

9. Маховикова, Г.А. Ценообразование в торговом деле. Теория и практика / Г.А. Маховикова, В.В. Лизовская – М.: Юрайт, 2017. – 240. с.

10. Маховикова, Г. Цены и ценообразование в коммерции / Г. Маховикова, В. Лизовская.-М.: Юрайт, 2017. – 231 с.

11. Методические рекомендации по прогнозированию, учету и калькулированию себестоимости продукции (товаров, работ, услуг), утвержденные приказом Министерства промышленности Республики Беларусь № 273 от 5 июня 2015 г. // Консультант Плюс [Электрон. ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.


12. Слепов, В. Ценообразование / В. Слепов. – М.: Инфра-М, 2017. – 304 с.

11. Чигиринская, Н.В. Ценообразование / Н.В. Чигиринская, Н.С. Шаховская – М.: КноРус, 2016. – 258. с.

12. www.pravo.by

13. www.bel.biz

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

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)
Функционально-стоимостной анализ	Промышленного маркетинга и коммуникаций	нет 	Утвердить, протокол № 9 от 30.04.2020

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (протокол № ____ от _____ 202_ г.)
(название кафедры)

Заведующий кафедрой

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(О.В. Ерчак)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

(А.А. Цыганков)