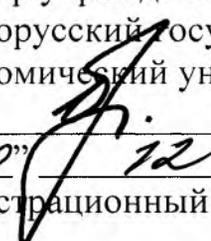


91  
Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования  
“Белорусский государственный  
экономический университет”

 В.Н.Шимов

“30” 12 2016 г.

Регистрационный № УД 2891-16 /уч.

## ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной  
дисциплине  
для специальности 1-26 02 03 Маркетинг

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

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

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

Поддерегина Л.И. – доцент кафедры менеджмента Белорусского национального технического университета, кандидат экономических наук, доцент;  
Протасеня В.С.– заведующий кафедрой промышленного маркетинга и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой логистики и ценовой политики учреждения образования «Белорусского государственного экономического университета»  
(протокол № 1 от 31.08. 2016 г.)

Научно-методическим советом учреждения образования «Белорусского государственного экономического университета»  
(протокол № 2 от 21.12.2016)

## **Пояснительная записка**

Ценообразование является одной из основных дисциплин, формирующих профессиональные навыки экономистов и менеджеров

Цель учебной дисциплины – ознакомить студентов с вопросами теории и практики рыночного ценообразования, показать целесообразность и границы государственного регулирования цен, основные методы установления цен, особенности их определения на продукцию, услуги, работы предприятий различных отраслей народного хозяйства Республики Беларусь.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- \* приобретение знаний о механизме формирования цен и содержании ценовой политики в национальной экономике.
- \* выработка навыков принятия управленческих решений фирмой, предприятием в рамках национальной ценовой политики;
- \* получение знаний об особенностях ценообразования и реализации ценовой политики на различных национальных рынках товаров и услуг;
- \* освоение методологии и практики государственного регулирования цен в республике.

В результате изучения учебной дисциплины студенты должны:

***знать:***

- основные понятия ценообразования;
- правила, принципы и функции ценообразования;
- основные концепции ценообразования;
- механизм формирования цен и тарифов
- сущность государственного ценового регулирования;

***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 рыночных цен

***владеть:***

- методами определения и формирования цен на товары и услуги.
- практическими навыками по формированию цен на национальном рынке
- знаниями, необходимыми для решения задач управления ценами;

Изучение учебной дисциплины позволит применить полученные знания в дальнейшей научной и практической деятельности в области ценообразования с целью реализации предусмотренной ценовой политики государства и ценовых стратегий отдельных организаций (предприятий).

Учебная дисциплина «Ценообразование на национальном рынке» базируется на знании основ философии, психологии и социологии управления, статистики и компьютерной техники.

Всего часов по учебной дисциплине - 200, из них 102 аудиторных, в том числе лекционных -50ч, практических (семинарских) - 32ч, лабораторных – 20 ч. Форма текущей аттестации – экзамен, курсовая работа.

## 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 и перераспределительная, информационная. Ценообразующие факторы. Факторы, зависящие от деятельности предприятия (внутренние). Факторы, не зависящие от деятельности предприятия (внешние).

Действующая система цен и ценообразования. 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. Формирование цен по стадиям 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 в Республике Беларусь

Целесообразность и необходимость участия государства в регулировании ценообразования. Причины и ситуации, вызывающие 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, используемые государством для регулирования цен. 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 в Республике Беларусь

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 монополистически 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. Обоснование элементов внутрипроизводственной цены.

## ТЕМА 5. Гибкость ценовой политики (ценовая тактика)

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 политики 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

Оптимальное ценообразование в принятии управленческих решений. 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 производ-

ства 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 движеческим 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. Факто-

ры, 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)**

| № раздела, темы | Название раздела, темы   | Количество аудиторных часов |                      |                     |                      |                                    | Иное   | Формы контроля знаний        |
|-----------------|--|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|------------------------------------|--|------------------------------|
|                 |  | Лекции                      | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Управляемая самостоятельная работа |  |                              |
| 1               | 2  | 3                           | 4                    | 5                   | 6                    | 7                                  | 8  | 9                            |
| 1.              | <b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ</b>            | 4                           | 2                    |                     |                      |                                    | [1-5,9]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации         | Опрос,<br>доклады            |
| 2.              | <b>ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ</b>   | 4                           | 4                    |                     |                      |                                    | [1-3,8, 9,11,13]<br>Презентация                      | Ситуационные задачи          |
| 3.              | <b>ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ</b> | 4                           | 4                    |                     |                      |                                    | [1,2,5,13]<br>Презентация.                           | Тестирование,<br>опрос       |
| 4.              | <b>МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>                   | 4                           | 2                    |                     | 2                    |                                    | [1,2,3]<br>Презентация.                              | <b>Контрольная работа №1</b> |
| 5.              | <b> ГИБКОСТЬ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ</b>  | 4                           | 4                    |                     | 2                    |                                    | [1,2,3,4,6,9]<br>Презентация                         | Тестирование,<br>опрос       |
| 6.              | <b>ЦЕНЫ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ</b>                 | 4                           | 2                    |                     | 4                    |                                    | [1,2,3,4,6,10]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации. | Рефераты,<br>деловая игра    |
| 7.              | <b>ФОРМИРОВАНИЕ ОТПУСКНЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>                   | 6                           | 4                    |                     | 4                    |                                    | [1,2,3,6,9]<br>Презентация.<br>Законодатель-         | <b>Контрольная ра-</b>       |

|            |   |    |    |  |  |    |   |                              |
|------------|---|----|----|--|--|----|---|------------------------------|
|            |   |    |    |  |  |    | ные акты ЕАЭС                                     | <b>бота №2</b>               |
| <b>8.</b>  | <b>ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ</b>   | 4  | 2  |  |  | 2  | [1,2,3,6,8]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации. | Опрос, ситуационные задачи.  |
| <b>9.</b>  | <b>ТАРИФЫ НА ГРУЗОВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ</b>                               | 6  | 4  |  |  | 2  | [10,11,13]<br>Презентация                         | Опрос, ситуационные задачи.  |
| <b>10.</b> | <b>ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ СФЕРЕ</b>             | 4  | 4  |  |  | 2  | [1,2,3]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации.     | <b>Контрольная работа №3</b> |
| <b>11.</b> | <b>ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ</b> | 6  |    |  |  | 2  | [1,2,3]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации.     | <b>Контрольная работа №4</b> |
|            | <b>всего</b>  | 50 | 32 |  |  | 20 |   | <b>Экзамен</b>               |

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**«Ценообразование на национальном рынке»**  
**(ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ)**

| № раздела, темы | Название раздела, темы   | Количество аудиторных часов |                      |                     |                      |                                    | Иное   | Формы контроля знаний        |
|-----------------|--|-----------------------------|----------------------|---------------------|----------------------|------------------------------------|--|------------------------------|
|                 |  | Лекции                      | Практические занятия | Семинарские занятия | Лабораторные занятия | Управляемая самостоятельная работа |  |                              |
| 1               | 2  | 3                           | 4                    | 5                   | 6                    | 7                                  | 8  | 9                            |
| <b>1.</b>       | <b>ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА НАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ</b>            | 2                           | 2                    |                     |                      |                                    | [1-5,9]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации | Опрос, доклады               |
| <b>2.</b>       | <b>ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ</b>   | 2                           |                      |                     |                      |                                    | [1-3,8, 9,11,13]<br>Презентация              | Ситуационные задачи          |
| <b>3.</b>       | <b>ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И АНТИМОНОПОЛЬНОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ</b> |                             |                      |                     |                      |                                    | [1,2,5,13]<br>Презентация.                   | Тестирование, опрос          |
| <b>4.</b>       | <b>МАРКЕТИНГОВАЯ ПРОГРАММА ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ</b>                   | 2                           | 2                    |                     |                      | 2                                  | [1,2,3]<br>Презентация.                      | <b>Контрольная работа №1</b> |

|     |  |    |   |  |   |  |                              |
|-----|--|----|---|--|---|--|------------------------------|
| 5.  | ГИБКОСТЬ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ                                  |    |   |  |   | [1,2,3,4,6,9]<br>Презентация                             | Тестирование, опрос          |
| 6.  | ЦЕНЫ В ПРИНЯТИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ      | 2  | 2 |  |   | [1,2,3,4,6,10]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации.     | Рефераты, деловая игра       |
| 7.  | ФОРМИРОВАНИЕ ОТПУСКНЫХ ЦЕН НА ПРОДУКЦИЮ ПРЕДПРИЯТИЯ        | 2  | 2 |  | 2 | [1,2,3,6,9]<br>Презентация.<br>Законодательные акты ЕАЭС | <b>Контрольная работа №2</b> |
| 8.  | ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ   |    |   |  |   | [1,2,3,6,8]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации.        | Опрос, ситуационные задачи.  |
| 9.  | ТАРИФЫ НА ГРУЗОВЫЕ ПЕРЕВОЗКИ                               |    |   |  |   | [10,11,13]<br>Презентация                                | Опрос, ситуационные задачи.  |
| 10. | ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ СФЕРЕ             | 2  |   |  |   | [1,2,3]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации.            | <b>Контрольная работа №3</b> |
| 11. | ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ |    |   |  |   | [1,2,3]<br>Презентация.<br>Рыночные ситуации.            | <b>Контрольная работа №4</b> |
|     | <b>всего</b>   | 12 | 8 |  | 4 |  | <b>Экзамен</b>               |

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы студентов

В соответствии с Положением о самостоятельной работе, утвержденным Приказом Министра образования Республики Беларусь (от 27.05.2013г. № 405), целями самостоятельной работы являются: активизация учебно-познавательной деятельности обучающихся; формирование у обучающихся умений и навыков самостоятельного приобретения и обобщения знаний; формирование у обучающихся умений и навыков самостоятельного применения знаний на практике; саморазвитие и самосовершенствование.

В овладении знаниями учебной дисциплины «Ценообразование на национальном рынке» важным этапом является самостоятельная работа студентов.

Основными направлениями самостоятельной работы студента являются:

- первоначальное ознакомление с программой учебной дисциплины «Ценообразование на национальном рынке»;
- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по дисциплине в целом и ее разделам, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;
- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы и консультаций на кафедре;
- 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 исследований по заданной проблеме и написание мини-отчетов;
- подготовка к участию в студенческих научных конференциях и декадах науки;
- практические разработки и выработка рекомендаций по решению проблемной ситуации, выявленной в ходе исследования;
- выполнение домашних заданий в виде решения задач, анализа ситуаций, индивидуальных работ по отдельным темам;
- компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе имеющихся тестов по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке»;
- подготовка к экзамену.

В учебной практике самостоятельная работа студентов сводится к решению строго регламентированного количества задач и самостоятельной проработки определенных лекционных тем. При этом для эффективной организации самостоятельной работы студентов необходимо методическое обеспечение.

При проведении практических и лабораторных занятий по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке» студенты могут выполнять самостоятельную работу студентов как индивидуально, так и мини-группами, каждая из которых разрабатывает свою задачу. Публичное обсуждение и защита своего варианта решения поставленной задачи повышают роль самостоятельной работы и усиливают стремление студентов к ее качественному выполнению.

Стимулировать самостоятельную работу студентов на практических и лабораторных занятиях по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке» можно тем, что на каждую задачу студент получит свои исходные данные даже при том, что у всех будет одинаковая задача. Перед её выполнением студент имеет только общие

методические указания, в виде общего алгоритма исследования, методов анализа информации и справочных материалов.

Выполнение самостоятельной работы студентов с проверкой результатов приучает студентов методически грамотно получать и анализировать ситуации и тенденции, правильно выполнять обоснования ценовых решений, пользоваться справочными и статистическими данными. Кроме этого, изменяется отношение к лекциям по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке», так как без знания общей методологии ценообразования (методов, функций, факторов ценообразования, особенностей установления цен на различных рынках) невозможно справиться с практическими заданиями.

Лабораторные работы по учебной дисциплине «Ценообразование на национальном рынке», как и все другие виды учебной деятельности, содержат много возможностей применения активных методов обучения и организации самостоятельной работы студентов на основе индивидуального подхода. При проведении лабораторного занятия необходимо создать условия для максимально самостоятельного выполнения лабораторных работ. Для этого необходимо перед выполнением работ провести опрос по теоретическому материалу, оценить работу студента в лаборатории и полученные им данные (по анализу результатов проведенного исследования), проверить и выставить оценку за отчет по проведенным исследованиям.

Форма текущей аттестации – экзамен.

### **Рекомендуемые средства диагностики компетенций студентов**

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

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

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

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

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

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

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

## СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ

### Законодательные и нормативные акты:

1. Закон Республики Беларусь «О ценообразовании» от 10.05.1999 (с изменениями и дополнениями).
2. Указ Президента Республики Беларусь от 25.02.2011 №72 « О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь
3. Постановление Министерства экономики Республики Беларусь от 22.06.2011 №111 «Об утверждении инструкции о порядке установления и применения регулируемых цен (тарифов).

### Основная литература

4. *Полещук, И.И.* Ценообразование на мировом рынке / И.И. Полещук, В.В.Терешина.- Минск.: БГЭУ, 2005.
5. *Емельянова, Т.В.* Ценообразование: учеб.пособие /Т.В.Емельянова. – 4-е изд., испр. – Минск: Вышш.шк., 2008.

### Дополнительная литература

6. *Герасименко, В.В.* Управление ценовой политикой компании/ В.В.Герасименко. – М., : Эксмо, 2007.
7. *Данченко, Л.А.* Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика / Л.А.Данченко, А.Г.Иванова. – М.: ЭКСМО, 2006.
8. *Дрозд, Н.М.* Ценообразование на мировом рынке / Н.М.Дрозд.- Минск: НООО «БиП-С», 2003.
9. *Липсиц, И. В.* Коммерческое ценообразование: Учебник для вузов/ И.В.Липсиц.- М.: Издательство БЕК, 2007.
10. *Марн, Майкл В.* Ценовое преимущество/ Майкл В.Марн [и др.], Пер.с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2004.
11. *Марр, Б.* Ключевые показатели эффективности. / Б.Марр.- М.,: Бинном, 2013.
12. *Нэгл, Т. Т.,* Стратегия и тактика ценообразования. /Т.Т.Нэгл, Р.К Холден. - СПб.: Питер, 2001.
- 13.*Паршин, В.Ф.,* Экономико-математические методы и модели в ценообразовании: учеб.пособие для вузов / В.Ф.Паршин.- Минск: БГЭУ, 2005.
- 14.*Полещук, И.И.,* Ценообразование. Практикум./ И.И. Полещук, В.В. Терешина – Минск: БГЭУ, 2010.
- 15.*Тарасов, В.И.* Ценообразование: учеб.пособие/ В.И.Тарасов. - Минск: Кн.Дом, 2005.
- 16.*Цены и ценообразование* /Под ред. В. Е. Есипова. СПб.: Питер, 2001.

## ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

| Название дисциплины, изучение которой связано с дисциплиной рабочей программы | Кафедра, обеспечивающая изучение дисциплины | Предложения кафедры об изменениях в содержании рабочей программы                  | Принятое решение кафедрой, разработавшей рабочую программу (дата и номер протокола) |
|---|---|---|---|
| 1   | 2   | 3   | 4   |
| Маркетинг инноваций   | Программного маркетинга и коммуникаций      |  | Согласовано,<br>31.08.2016,<br>протокол № 1   |

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО**

на \_\_\_\_ / \_\_\_\_ учебный год

| №<br>п/п | Дополнения и изменения | Основание |
|----------|------------------------|-----------|
|          |                        |           |

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

\_\_\_\_ (протокол № \_\_\_\_ от \_\_\_\_\_ 20\_\_\_\_  
г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ

Декан факультета

\_\_\_\_\_