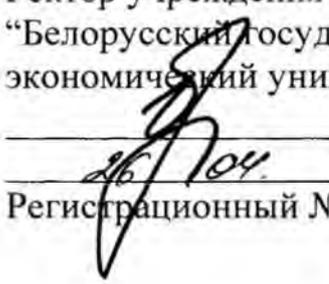


Учреждение образования
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

В.Н.Шимов


_____ 26/10/2017 г.

Регистрационный № УД 31 24 17/уч.

УПРАВЛЕНИЕ ЦЕНАМИ

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-26 81 05 «Маркетинг»

СОСТАВИТЕЛИ:

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

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Беляцкий Н.П., заведующий кафедрой организации и управления Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», доктор экономических наук, профессор;

Н.В. Черченко, заведующая кафедрой маркетинга ГИУСТ Белорусского государственного университета, кандидат экономических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

(протокол № 8 от 09.03. 2017г.);

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

(протокол № 4 от 19.04. 2017г.).

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.

Сегодня инструменты маркетинга в практике рыночного участия организаций приобретают все большее значения. При этом очень важным наряду с учетом влияния факторов маркетинговой среды, расчетом экономической целесообразности реализации новых идей, прогнозированием предпринимательских рисков, определением стратегии позиционирования товара, использованием эффективных маркетинговых коммуникаций и систем распределения продукции, является установление на продукт или услугу оптимальной цены и обеспечение ее своевременной корректировки.

Цель учебной дисциплины – приобретение магистрантами теоретических знаний и формирование практических умений и навыков в области управления ценами.

Основная задача курса – ознакомить студентов с вопросами практики формирования ценовой политики организаций, показать возможность применения различных ценовых стратегий и методов установления цен на реализуемую продукцию, продемонстрировать специфику обоснования цен при заключении различных внешнеторговых сделок, объяснить целесообразность применения различных тактических ценовых приемов.

Задачи изучения дисциплины:

➤ Приобретение знаний об особенностях ценообразования на внутреннем и внешнем рынке и факторах, определяющих уровень и динамику цен.

- Выработка навыков анализа, прогнозирования и формирования цен при заключении различных сделок.
- Овладение методикой формирования цен, используемой зарубежными фирмами.
- Освоение практики обоснования цен на импортируемые и экспортируемые и импортируемые товары в Республику Беларусь.

Всего часов аудиторных по дисциплине – 136, в том числе 26 часов – лекции, 12 часов – практические занятия, 12 часов – лабораторные занятия, самостоятельная работа студентов – 86 часов (очная форма обучения).

Форма контроля – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Роль и место цены в деятельности организации

Понятие цены и ценности. Ценовые решения в маркетинге. Система факторов, определяющих политику ценообразования. Внешние факторы ценовой политики. Внутренние факторы ценообразования. Чувствительность к цене. Цены и потребительское восприятие качества. Метод определения спроса на основе анализа фактических цен и объемов продаж. Функция спроса. Ценовые эксперименты.

Функция цены в стратегическом управлении. Условия применения ценовых стратегий. Современные стратегии ценовой политики предприятия. Стратегия роста проникающей цены. Стратегия скользящей падающей цены. Особенности ценовой политики на разных фазах жизненного цикла товаров. Стратегии низких цен. Демпинг. Ценовые войны. Стратегии ценовых преимуществ. Ценовые исследования в маркетинге.

Тема 2. Современные методы определения цен на предприятии

Калькулирование по маргинальному доходу. Метод рентабельности инвестиций в ценовой политике. Переменные и постоянные затраты. Точка безубыточности. Ценообразование на основе обеспечения целевой прибыли. Калькуляционное выравнивание. Метод трех точек. Определение цены на новый продукт с учетом различных факторов. Скользящая цена.

Модель ценообразования, направленная на максимизацию прибыли. Предельная цена. Оптимальная цена, основанная на оценке эластичности спроса по цене. Марочное ценообразование. Марочная цена. Бета-оценка марки.

Возможности и целесообразность использования трансфертных цен. Цели трансфертного ценообразования. Методы расчета трансфертных цен. Схема применения трансфертного ценообразования. Регулирование трансфертных цен.

Тема 3. Управление ценами и ценностью в организациях

Трехуровневое управление ценой. Отраслевой уровень управления ценами. Управление ценой на уровне товарно-рыночной стратегии. Управление ценой на уровне сделки. Каскад фактической цены. Карта стоимости. Восприятие ценовых преимуществ покупателями. Составление профиля стоимости. Ценовой анализ и прогнозирование. Линия эквивалентности стоимости VEL. Анализ колеблемости цен. Оценка конкурентоспособности по уровню цены. Оценка уровня цен. Ценностное ценообразование.

Оценка структуры цены. Индекс цен Ласпейреса. Индекс цен Пааше. Методы прогнозирования коммерческих цен. Прогноз и анализ сезонных изменений цен. Экстраполяция по коэффициенту эластичности. Надбавки и скидки к ценам.

Тема 4. Зарубежные методики установления цен на предприятии

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

Тестирование цен. Преимущества тестирования цен. Барьеры, препятствующие тестированию цен. Основные правила тестирования. Объекты тестирования: абсолютные уровни цен, ценовые пороги, размеры скидок на количество, цены на наборы товаров, размеры скидок при различных формах платежа, по купонам.

Учет условий поставки во внешнеторговых ценах. Система «Incoterms-2000». Условия поставки групп «E», «F», «C», «D».

Тема 5. 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 Республики Беларусь. Особенности таможенной политики развивающихся стран.

Тема 6. 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. Уторгование цены внешнеторгового контракта. Система ценовых скидок, используемая в практике внешней торговли. Включение налогов и пошлин во

внешнеторговую цену. Влияние валютного курса на динамику цен экспортируемых и импортируемых товаров.

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.

Тема 7. Особенности ценовой политики при заключении различных внешнеторговых сделок

Ценовая политика на рынке нефти и нефтепродуктов. Особенности функционирования рынка нефти. Перспективы формирования спроса на нефть. Тенденции изменения предложения на рынке нефти. Государственное регулирование международного рынка нефти и нефтепродуктов. Виды цен мировой торговли нефтью.

Цены на рынках черных и цветных металлов. Виды цен на черные металлы. Методология формирования цен на черные металлы. Учет транспортных расходов в ценах на черные металлы. Ценовая политика «лидерства в ценах» на рынке цветных металлов. Биржевые цены на цветные металлы.

Цены на международном рынке машин и оборудования. Специфика рынка машин и оборудования. Методы определения цен на машины и оборудование. Учет фактора времени в ценах на машины и оборудование. Применение системы доплат и скидок к ценам.

Цены на мировом рынке сельскохозяйственной продукции. Факторы, определяющие цены сельскохозяйственных товаров.

Особенности формирования цен в мировой торговле сельскохозяйственной продукцией в разных странах. Система цен поддержки на сельскохозяйственную продукцию, используемая в ЕС. Индикативная, интервенционная, пороговая цена.

Международные транспортные тарифы. Особенности международного рынка транспортных услуг. Международные тарифы железнодорожного транспорта. Международный транзитный тариф (ЕТТ). Виды тарифов железнодорожного транспорта. Тарифы и фрахты морского транспорта. Тарифы международного воздушного транспорта. Тарифы автомобильного транспорта.

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Управление ценами»
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	Управляемая самостоятельная работа студента		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Роль и место цены в деятельности организации	2	0		0		[1,2,3,4]	опрос
2	Современные методы определения цен на предприятии	4	2		2		[1,2,3,4]	контрольная работа
3	Управление ценами в организациях	4	2		2		[2,3,5,9]	тест
4	Зарубежные методики установления цен на предприятии	4	2		2		[2,3,6,7,11]	контрольная работа
5	Таможенно – тарифное регулирование и ценовая политика	4	2		2		[2,3]	тест
6	Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта	4	2		2		[2,4,7,8]	опрос
7	Особенности ценовой политики при заключении различных внешне-торговых сделок	4	2		2		[3,4,5,10]	тест
	Всего часов	26	12		12			

Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Управление ценами»
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	Управляемая самостоятельная работа студента		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Роль и место цены в деятельности организации	2	0		0		[1,2,3,4]	опрос
2	Современные методы определения цен на предприятии	2	0		0		[1,2,3,4]	контрольная работа
3	Управление ценами в организациях	2	2		2		[2,3,5,9]	тест
4	Зарубежные методики установления цен на предприятии	2	2		2		[2,3,6,7,11]	контрольная работа
5	Таможенно – тарифное регулирование и ценовая политика	2	2		2		[2,3]	тест
6	Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта	2	0		0		[2,4,7,8]	опрос
7	Особенности ценовой политики при заключении различных внешне-торговых сделок	2	0		0		[3,4,5,10]	тест
	Всего часов	14	6		6			

ЛИТЕРАТУРА

Основная

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. – Минск: Выш. шк., 2014 – 542 с.
2. Липсиц И.В. Ценообразование: практикум. / И.В. Липсиц. – М.: Издательство Юрайт, 2016 / Гриф УМО ВО. – 336 с.
3. Маховикова Г.А Ценообразование: учебник и практикум / Г.А. Маховикова [и др.]. - М.: Издательство Юрайт, 2017 / Гриф УМО ВО. – 463 с.
4. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Ценообразование: учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. – М.: Дашков и К, 2017 – 248 с.

Дополнительная

5. Горина Г.А. Ценообразование: учебное пособие / Г.А. Горина – М.: Юнити-Дана, 2012. – 127 с.
6. Крэм, Т. Классная цена. О секретах умного ценообразования / Тони Крэм. – М.: Олимп-Бизнес, 2010. – 224 с.
7. Герасименко, В.В. Ценовая политика фирмы / В.В. Герасименко. – М.: Инфра-М, 2009. – 422 с.
8. Емельянова, Т.В. Ценообразование / Т.В. Емельянова. – Минск: Вышэйшая школа, 2008. – 304 с.
9. Лысова, Н.А. Управление ценами: учеб. пособие / Н.А. Лысова, Л.Ф. Чернева. – М.: КНОРУС, 2006. – 200 с.
10. Тарасов, В.И. Ценообразование: учеб. пособие / В.И. Тарасов. – Минск: Книжный дом, 2005. – 256 с.
11. Саймон, Г. Эффективное ценообразование / Г. Саймон, Р. Долан. – М.: Экзамен, 2005. – 416 с.

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)
<i>инновационные</i>	<i>логистики и ценовой политики</i>	<i>защитный лист</i>	<i>09.03.2014 Протокол № 8</i>

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры

_____ (название кафедры) (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

_____ (ученая степень, ученое звание) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета

_____ (ученая степень, ученое звание) _____ (подпись) _____ (И.О.Фамилия)