

Учреждение образования  
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор Учреждения  
образования “Белорусский  
государственный экономический  
университет”

Е.Ф.Киреева

“21” 06 2022 г.

Регистрационный № УД 25022/уч.

## **ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ**

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

Учебная программа составлена на основе учебного плана по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» рег. № 46Р-13 от 10.06.2013.

**СОСТАВИТЕЛИ:**

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

**РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

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

*С.И. Пупликов*, заведующий кафедрой экономики и управления учреждения образования «Институт предпринимательской деятельности» доцент, кандидат экономических наук.

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой маркетинга Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 11 от 23 мая 2022г.);

Научно-методическим советом Учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»  
(протокол № 7 от 13 01 2022г.).

## 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 дисциплины** – овладение студентами вопросами методологии и практики формирования ценовой политики в системе маркетинга.

**Основная задача курса** – ознакомить студентов с вопросами практики формирования цен на различных мировых рынках товаров и услуг, показать различные методы установления цен на экспортируемую и импортируемую продукцию, продемонстрировать специфику внутреннего ценообразования в зарубежных странах, объяснить целесообразность и границы государственного регулирования цен при осуществлении внешнеторговых операций субъектами Республики Беларусь.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- 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 Республику Беларусь.

В результате изучения дисциплины студенты должны

### **ЗНАТЬ:**

- особенности ценовой политики в Республике Беларусь и за рубежом;

- методы государственного регулирования цен в Республике Беларусь 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.

#### **ВЛАДЕТЬ:**

- навыками калькулирования затрат по экономическим элементам и статьям расходов;
- практикой использования теории игр в ценовой политике предприятия;
- знаниями практической реализации методов прогнозирования мировых цен;
- методами определения национальных уровней цен и паритета покупательной способности валют (ППС);
- способами определения таможенной стоимости товара.

СК: Реализовывать ценовую политику на внешних рынках, использовать методы определения внешнеторговых цен, производить обоснование цен при заключении различных внешнеторговых сделок, осуществлять экономическое обоснование видов ценовых скидок

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-26 02 03 «Маркетинг» (специализация 1 - 26 02 03 05 «Международный маркетинг») учебная программа рассчитана на 108 часа, из них аудиторных занятий 54 часов: лекций – 28 часов; практических занятий – 26 часов. Зачетных единиц – 3.

Форма текущего контроля – зачет.

Форма получения высшего образования: дневная.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

### **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. Факторы и инструменты формирования цен**

Функции цен. Внешние и внутренние факторы, влияющие на политику цен. Классификация цен. Основные составляющие цены. Понятие затрат и себестоимости. Калькулирование затрат по экономическим элементам и статьям расходов. Распределение постоянных затрат в себестоимости продукции. Обоснование прибыли в цене.

Основные стратегии ценообразования. Дифференцированное, конкурентное и ассортиментное ценообразование. Методы ценообразования. Определение цен с ориентацией на затраты. Расчет цен на основе сумм покрытия. Метод Break-Even-Analyze. Определение цен с ориентацией на полезность, спрос и конкуренцию. Балловый метод. Целевое ценообразование. Расчет цены на новый продукт с учетом затрат, ценности продукта, спроса и конкуренции.

Дифференциация цен. Рыночное сегментирование как основа дифференциации цен. Связанное и нелинейное ценообразование. Политика ценовых линий.

### **Тема 3. Ценовая политика и психология покупателей**

Значение и роль психологических факторов в ценовой политике предприятия. Ценовой интерес и ценовые знания. Понятия, индикаторы и факторы, влияющие на ценовой интерес. Понятие, характеристика и структура ценовых знаний. Восприятие и оценка цен. Факторы и теоретическая база восприятия и оценки цен, а также полезности продукта. Упрощение восприятия цен. Закрепленная цена. Оценка полезности товара.

Ценовая удовлетворенность покупателей. Понятие и фазы возникновения ценовой удовлетворенности. Измерители ценовой удовлетворенности. Цена как индикатор качества продукции. Ценовой имидж торгового предприятия. Стратегии и инструменты правления ценовым имиджем.

#### **Тема 4. Теоретические и методологические основы ценовой политики на внешнем рынке**

Особенности мирового рынка и его структуры. Виды мировых товарных рынков. Множественность цен мирового рынка. Торговые соглашения и их влияние на цены. Внешнеторговый протекционизм и цены. Элементы государственно-монополистического регулирования и их воздействие на ценовую политику. Неустойчивость конъюнктуры мирового рынка и цен.

Совокупность факторов, определяющих уровень и динамику цен мирового рынка. Влияние природно-географических условий на мировые цены. НТП и цены. Динамика цен в различных фазах экономического цикла мировой экономики. Влияние краткосрочных колебаний спроса и предложения на цены. Воздействие мероприятий государственного регулирования и контроля цен в различных странах на мировые цены. Цены и множественность каналов товародвижения.

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».

#### **Тема 5. Система внешнеторговых цен**

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. Использование одновалютного и мультивалютного базисов в измерении мировых цен. Паритеты покупательной способности (ППС) валют и их расчеты. Соотношение ППС и валютных курсов в странах с различным уровнем экономического развития. Определение национальных уровней цен. Цены в международных сопоставлениях.

## **Тема 6. 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.

Количественная оценка потенциальной рентабельности при изменении цены. Определение минимального изменения объема продаж необходимого для поддержания исходного уровня маржинального дохода при изменении цены, величины переменных и условно-постоянных затрат. Реагирующее ценообразование.

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

## **Тема 7. Ценовые ограничения в международной торговле**

Ценовые ограничения на различных закрытых мировых рынках. Особенности политики цен в содружестве независимых государств. Влияние таможенных союзов на уровень цен международной торговли. Цены в системе антидемпингового законодательства. Понятие демпинга. Способы определения «нормальной стоимости». Расчет «демпинговой разницы». Демпинговая маржа. Доказательство нанесенного экономического ущерба в результате демпинга. Определение величины экономического ущерба. Антидемпинговое расследование. Завершение антидемпинговой процедуры. Антидемпинговые и компенсационные пошлины.

Трансфертное ценообразование в транснациональных корпорациях (ТНК). Понятие трансфертной цены. Организационная структура ТНК и трансфертные цены. Причины трансфертного ценообразования. Влияние валютного фактора на трансфертные цены. Методы трансфертного ценообразования. Метод рыночных цен. Метод договорных цен. Затратный метод. Смешанный метод. Метод математического программирования.

Государственное регулирование цен за рубежом. Формы государственного ценового регулирования за рубежом. Государственное регулирование цен в промышленно развитых странах. Особенности государственного регулирования цен в странах дальнего зарубежья со средним уровнем экономического развития. Государственное регулирование цен в странах с переходной экономикой.

## **Тема 8. 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 9. Особенности формирования цен на открытых мировых рынках**

Тендерное ценообразование. Этапы проведения торгов. Порядок установления цены на товары при проведении торгов. Особенности определения цены при различных процедурах проведения закупок: открытой, ограниченной, упрощенной, процедуре переговоров и прямой процедуре закупки. Пороговая цена. Документальное оформление процедур закупки и цен. Оценка эффективности проведения закупок. Показатель абсолютного сокращения расхода финансовых средств.

Нормативно-правовые документы, регламентирующие порядок проведения торгов за счет средств республиканского бюджета и внешних государственных займов в РБ. Информационная система «Тендеры» в РБ.

Особенности определения цен при открытых и закрытых аукционах. Последовательность операций при аукционной торговле. Аукционный торг на повышение и понижение цены. Гласные и негласные аукционные торги.

Установление биржевых цен. Публичные и частные биржи. Цены в сделках «спот». Цены в форвардных сделках. Операции фьючерсной сделки: фьючерсная и офсетная. Игра на понижение цены (депорт). Игра на повышение цены (репорт). Механизм хеджирования и страхование ценовых рисков. Операции «своп»: «своп» с валютой, товарный «своп», «своп» с процентными ставками. Цены в системе электронной биржевой торговли.

## **Тема 10. 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 ис-



пользования 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 11. 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.

### **Тема 12. Ценовая политика на отдельных международных рынках товаров и услуг**

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.

Ценовая политика на рынке технологических знаний и инжиниринговых услуг. Факторы, определяющие цены на новые технологии, идеи и научные разработки. Ставка роялти. Паушальная плата.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины  
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	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
<b>Ценовая политика на внешних рынках (54 ч.) семестр 7</b>		<b>28</b>	<b>26</b>			<b>8</b>				<b>Зачет</b>
1	Ценовая политика в системе маркетинга	2	2						[1-21]	Доклады, дискуссия
2	Факторы и инструменты формирования цен	2	2			4			[1, 3, 4, 6, 7, 20]	Опрос, рефераты
3	Ценовая политика и психология покупателей	2	2						[1, 2, 3, 4, 7, 20]	Рефераты, опрос, контрольная, ролевые игры
4	Теоретические и методологические основы ценовой политики на внешнем рынке	2	2						[1, 5, 6, 8-10]	Опрос, ситуационные задачи
5	Система внешне-торговых цен	2	2						[1, 4-6, 7, 12-14]	Деловая игра, дискуссия, контрольная
6	Ценовая политика предприятий в зарубежных странах	4	4						[1, 3, 4-7, 14]	Деловая игра, задачи
7	Ценовые ограничения в международной торговле	2	2			2			[1 -6, 13-14, 19-21]	Опрос, кейсы, рассмотрение ситуаций, контрольная
8	Таможенно-тарифное регулирование и ценовая политика	2	2						[1,2, 5, 13, 14, 21]	Индивидуальные задания, презентация, тестирование
9	Особенности формирования цен на открытых мировых рынках	2	2						[1, -5,8-9, 18-21]	Работа в группах, дискуссия

10	Ценовая политика при заключении внешнеторгового контракта	2	2						[1, 3, 4, 7, 20]	Задачи, дискуссия
11	Особенности ценовой политики при заключении различных внешнеторговых сделок	4	2						[1-3, 8-12, 15-21]	Опрос, ситуационные задачи
12	Ценовая политика на отдельных международных рынках товаров и услуг	2	2			2			[1, 3-7, 19-21]	Опрос, изучение ситуаций, дискуссия, итоговая контрольная

***Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Ценовая политика на внешних рынках»***

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 семинарским (практическим) занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, индивидуальные работы, индивидуальные проекты, презентации, рефераты, ситуационные задачи, самостоятельные работы, опросы и т.п.);
- подготовка к зачету.

## 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. 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).
3. 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.
4. Акулич, И.Л. Международный маркетинг: учебник / И.Л. Акулич. - Мн.: ТетраСистемс, Тетралит, 2014. - 512 с.
5. Моргунов, В.И. Международный маркетинг: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлениям подготовки «Экономика», «Менеджмент», «Торговое дело» (квалификация (степень) «бакалавр») / В.И. Моргунов, С.В. Моргунов. – 4-е изд., стер. – М.: Дашков и К, 2020. – 180 с. : ил. – (Серия «Учебные издания для бакалавров»).

### *Дополнительная:*

6. Салимжанов, И.К. Ценообразование: учебник для студентов, обучающихся по специальностям «Экономическая теория», «Национальная экономика», «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» / И.К. Салимжанов. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2016. – 298, [1] с. : ил.
7. Цена и ценовая политика компании: учебник для студентов бакалавриата и магистратуры, обучающихся по направлению подготовки «Финансы» / [Н.В. Грызунова и др.]; под ред. Н.В. Грызуновой; Российский экон. ун-т им. Г.В. Плеханова. – М.: КНОРУС, 2020. – 212, [1] с. : ил. – (Бакалавриат и магистратура).
8. 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: 22.11.2021). – Режим доступа: по подписке.
9. 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: электрон-

ный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1322485> (дата обращения: 22.11.2021).– Режим доступа: по подписке.

10. Марр, Б. Ключевые показатели эффективности. / Б. Марр. – М.: Бинном, 2013. – 340 с.

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

12. Шуляк, П.Н. Ценообразование: учеб. пособие / П.Н. Шуляк. – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К°, 2018. – 193 с.

13. Ценообразование: учебник / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова [и др.] ; под ред. В.А. Слепова. – 3-е изд. – М.: Магистр: ИНФРА-М, 2022. – 304 с.

14. Ценообразование во внешней торговле: учебник / под ред. В.Б. Мантусова; Российская таможенная академия. – М.:Юнити-Дана: Закон и право, 2018. – 247 с. : табл., граф., схем., ил.

### **Законодательные и нормативные акты**

15. 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.

16. 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.

17. 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.

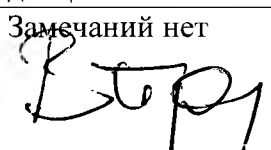
18. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Респ. Беларусь от 12 декабря 2013 г. № 660// Национальный реестр правовых актов Респ. Беларусь, от 13.12.2013 г., № 60, 2/1742.

19. 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.

20. 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.

21. 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>.

**Протокол согласования учебной программы по изучаемой учебной дисциплине с другими дисциплинами специальности**

Название дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы по изучаемой дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
1. Маркетинговые коммуникации	Кафедра промышленного маркетинга и коммуникаций	Замечаний нет 	Протокол № 11 от 23.05.2022.



## 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 \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.)

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

УТВЕРЖДАЮ  
Декан факультета

\_\_\_\_\_