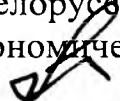


Министерство образования Республики Беларусь
Учреждение образования «Белорусский государственный экономический
университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»



В.Ю.Шутилин

“ 28 ” 06 20 19 г.

Регистрационный №

УД 4047-19уч.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 1-25 80 09 «Коммерция»

СОСТАВИТЕЛИ:

Валевич Р.П., профессор кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, профессор

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Климченя Л.С., заведующий кафедрой коммерческой деятельности и рынка недвижимости учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

Синельникова Е.А., начальник отдела методологии ценообразования аналитического управления Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 10 от 16.05.2019 г);

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

(протокол № 6 от 25.06.19)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности» разработана в учреждении высшего образования Республики Беларусь «Белорусский государственный экономический университет» в соответствии с требованиями образовательного стандарта и учебного плана высшего образования по специальности 1-25 80 09 «Коммерция».

Экономические результаты деятельности любого субъекта хозяйствования в условиях рыночной экономики во многом зависят от избранной тактики, политики и стратегии ценообразования. Теория цен и практика их формирования представляют собой, по сути, сердцевину любого хозяйственного механизма и любого экономического учения. В ценах находят отражение все основные политические, экономические и социальные проблемы развития общества. Цены определяют структуру продаж, оказывают огромное воздействие на движение материальных и денежных потоков, распределение 'товарной массы, уровень благосостояния населения. Они определяют конкурентоспособность хозяйствующих субъектов, доходы от реализации товаров и услуг, прибыль, рентабельность, степень финансовой независимости и другие показатели деятельности.

При всей своей кажущейся внешней простоте и доступности для понимания и расчета, цена представляет собой сложнейшую экономическую категорию. За время становления и развития товарно-денежных отношений теория цены прошла большой эволюционный путь, однако и по настоящее время идет дискуссия и нет единого общепринятого определения цены. В цене сосредоточено множество родственных, но различающихся по смыслу, значению, областям использования и характеру применения у экономических понятий. Особенно остро стоит проблема углубления знаний по проблеме формирования цен перед субъектами, ориентируемыми на внешнеторговую деятельность. Недостаточно обоснованная цена во внешнеторговой деятельности приводит или к потере прибыли, снижению валовой добавленной стоимости или к демпинговым ситуациям. И первое и второе не допустимо, поскольку нарушает заинтересованность и продавцов, и покупателей в заключении внешнеторговой сделки и ее пролонгировании.

Предметом учебной дисциплины «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности» являются экономические отношения, возникающие в ходе формирования, расчетов, применения, изменения цен и тарифов на товары, продукцию услуги в различных экономических формациях, особенностей проявления теории и практики ценообразования при осуществлении торгово-коммерческой деятельности на внешнем рынке. В процессе обучения студенты (магистранты) должны изучить экономические основы, методологию и методику формирования контрактных цен, тарифов на услуги, внесение коммерческих поправок, ведение переговоров по ценам, применение скидок и надбавок.

Дисциплина базируется на экономической теории, макро- и микроэкономике, теории вероятностей, экономике организаций отрасли (торговля и сфера услуг), ценообразовании, финансах, маркетинге, бухгалтерском учете, менеджменте и др.

Целью преподавания учебной дисциплины «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности» является подготовка будущих специалистов к работе в условиях динамичной рыночной среды, формирование навыков управления ценами, определение эффективности ценовой политики.

Задачами учебной дисциплины «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности» является изучение:

- основ и методологии формирования цены внешнеторговой сделки,
- понятие, содержание, цели ценовой политики на внешних рынках,
- алгоритм формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию,
- порядок внесения коммерческих поправок при обосновании цены внешнеторгового контракта,
- методы управления внешнеторговыми ценами.

Подготовка специалистов в рамках изучения учебной дисциплины должна обеспечить формирование следующих компетенций: СК-1 - Знать особенности ценообразования и ценовых политик на внешних рынках и успешно их использовать на практике.

В результате изучения учебной дисциплины обучающийся должен:

знать:

- сущность и виды внешнеторгового ценообразования;
- методику анализа исходной информации и подготовки базовой внешнеторговой цены к переговорам;
- принципы экономического анализа практик ценообразования на предмет их соответствия конкурентному и антимонопольному законодательству в стране внешнеторговой сделки;
- порядок применения метода нетбэк с вычетом (прибавлением) логистических затрат, метода «средневзвешенных» цен, метода «прямой цены»;
- порядок обоснования цен на экспортоориентированных, импортоориентированных, сбалансированных рынках;
- алгоритм формирования внешнеторговых цен при экспортных и импортных поставках;
- методику расчета минимальной границы внешнеторговой цены;
- порядок внесения коммерческих поправок в базовую цену к переговорам;
- порядок ведения переговоров по ценам;
- оценку финансовых последствий при согласованной внешнеторговой цене;
- методы управления ценами в ходе реализации проекта;
- страхование ценовых рисков.

уметь:

- подбирать исходную информацию о конъюнктуре рынка в стране внешнеторговой сделки;
- проводить анализ цен и их структурных элементов, определять динамику изменения цен и уровень ее согласованности с изменением параметров рынка;
- разрабатывать конкурентный лист к конкретной внешнеторговой сделке;
- обосновывать коммерческие поправки и уметь их применять при проведении переговоров по ценам;
- обосновывать ценовую внешнеторговую политику организации;
- формировать окончательную внешнеторговую цену;
- рассчитывать экономическую эффективность внешнеторговой сделки.

иметь навыки:

- выбора метода ценообразования в зависимости от экономической ситуации, состояния рынка, уровня конкуренции, конкурентоспособности товара;
- формирования цены на различных товарных рынках;
- оформления раздела «Цена» в контракте на поставку продукции;
- расчета коммерческих поправок;
- определения минимальной внешнеторговой цены;
- рассчитывать показатели эффективности внешнеторгового контракта.

Межпредметные связи:

Учебная дисциплина «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности» тесно связана с другими учебными дисциплинами, изучаемыми магистрантами: «Модели и стратегии развития бизнеса», «Оценка стоимости бизнеса», «Бизнес-решения и управление изменениями» и др.

В соответствии с учебным планом специальности 1-25 80 09 «Коммерция» (профилизация «Коммерция на внешнем рынке») рассчитана на 102 часа, из них аудиторных занятий для дневной формы получения высшего образования предусмотрено 44 часа, для заочной формы получения высшего образования – 12 часов.

Распределение аудиторного времени по видам занятий:

- для дневной формы получения высшего образования: лекций – 22 часа; семинарских занятий – 22 часа;
- для заочной формы получения высшего образования: лекций – 6 часов; семинарских занятий – 6 часов.

Форма текущей аттестации – экзамен (3 зачетные единицы).

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Методологические основы формирования цен в международной торговле

Особенности ценообразования в международной торговле. Понятие мировой цены, требования, предъявляемые к ее содержанию. Отличительные черты мирового рынка и их влияние на мировые цены. Факторы, определяющие уровень и динамику мировых цен: природно-географический, уровень инновационного и научно-технического развития, фаза экономического цикла, инфляционные процессы, происходящие в разных странах, изменение курса разных валют, меры прямого и косвенного государственного регулирования цен в отдельных странах и группировках стран, каналы продвижения продукции, политические и геополитические условия, уровень конкурентоспособности продукции. Виды цен мирового рынка. Биржевые котировки, аукционные цены, цены торгов (тендеров), трансфертные цены, демпинговые, цены, используемые в группировках стран (ЕАЭС, ОПЕК, др.), цены краткосрочных и долгосрочных контрактов. Мировые цены на готовую продукцию, мировые цены на сырье. Ценообразование на отдельных мировых товарных рынках (рынки нефти и нефтепродуктов, машин и оборудования, сельскохозяйственной продукции). Двухсторонний характер взаимосвязи и взаимообусловленности внутренних и внешнеторговых цен, причины их обуславливающие, степень обособленности внутреннего рынка от мирового, торгово-экономические особенности внутреннего рынка по сравнению с внешним рынком; масштабы сбыта; методы хозяйствования и стимулирования труда, др. Методы и показатели измерения уровня и динамики внешнеторговых цен Паритеты покупательной способности денег.

Законодательные основы ведения хозяйственной деятельности и методы государственного регулирования цен в различных странах. Трансфертные и порядок их обоснования. Цены в системе антидемпингового законодательства.

Тема 2. Контрактные цены и порядок их обоснования

Виды контрактных цен и их разновидности в зависимости от степени их фиксации (твердые, с последующей фиксацией, скользящие, подвижные). Затратный и ценностный подход к ценообразованию, инструменты ценообразования, тактики низких, высоких, рыночных цен, обратная и прямая техника калькулирования цен, эластичность спроса от цены, эластичность товарного предложения. Минимальные и максимальные границы внешнеторговых цен, их зависимость от целей внешнеторговой сделки (расширение рынка сбыта продукции, получение дополнительной валютной выручки, необходимость встречного импорта).

Справочные цены: прейскурантные, цены предложений, индексы цен, цены аналогов, цены удельных стоимостей и др.

Порядок обоснования контрактной цены к переговорам. Стоимость товара и цена внешнеторговой сделки. Влияние мировых цен на цены

внешнеторговых сделок. Принципы установления цены на товар в зарубежных фирмах производителях. Документальное обеспечение подготовки и реализации внешнеторговой сделки. Таможенная оценка стоимости товара. Контроль таможенной стоимости товара. Факторы, определяющие размер внешнеторговой цены для определенной рыночной ситуации страны покупателя и продавца: природно-географические условия производства, уровень соответствия товара научно-техническому прогрессу, инфляция, валютные колебания, колебания мировой конъюнктуры, тарифные и нетарифные ограничения, условия поставки, наличие и особенности дополнительных услуг (транспортировка, экспедирование, установка, хранение и т.д.), условия расчетов, сроки поставок, наличие межгосударственных соглашений, различие в стандартах, экологических нормах, уровень политического благоприятства. Структура цены внешнеторгового контракта. Особенности во внешнеторговых толлинговых сделках (при производстве продукции из давальческого сырья), цены при товарообменных бартерных операциях, цены в комиссионных сделках.

Тема 3. Алгоритм формирования цены внешнеторговой сделки

Процедура формирования внешнеторговой цены, этапы ее разработки:
 1. обоснование базовой цены к переговорам, выбор базисных мировых рынков, определение базисных мировых цен, учет в цене внешнеторгового контракта качества товаров, техническая сопоставимость технологий производства, время исполнения контракта, условия поставки (ИНКОТЕРМС 2010), определение метода фиксации внешнеторговой цены, порядка внесения коммерческих поправок, разработка конкурентного листа; 2. подготовка к переговорам и проведение переговоров по ценам; 3. формирование окончательной цены и ее отражение в контракте.

Методы ценообразования (на основе полных и сокращенных затрат); с учетом соотношения спроса и предложения, с ориентацией на уровень конкуренции.

Исходные предпосылки формирования внешнеторговых цен: формирование цен по законам рыночной экономики с учетом уровня конкуренции; полнота учета всех внутренних и внешних факторов, определяющих внешнеторговую цену; учет тенденции конъюнктуры внешнего рынка; методы формирования базовой цены к переговорам; степень соответствия товара мировым стандартам; степень открытости торгово-политического режима; наличие собственной валюты и валюты платежа; длительность хозяйственных связей между партнерами и их эффективности; тип сделки; финансовое положение партнеров; степень важности товаров для потребителя; качество информации, используемой для формирования цен, результаты ценового анализа и прогнозирования мировых цен, соблюдение законодательной базы (конвенция ООН о договорах международной купли-продажи, соглашения ВТО, ЕАЭС, др.).

Тема 4. Коммерческие поправки: методы обоснования и внесения в проект внешнеторговой цены к переговорам

Особенности расчета экспортной цены: подготовительный этап и поиск аналогов; разработка конкурентного листа; введение коммерческих поправок (1. общие поправки: поправки на виды валюты и изменение курса валют, поправки на инфляцию, на базисные условия поставки, на условия платежа; 2. специальные поправки для отдельных видов товаров, поправки на дату конкурентного материала, на разницу в технико-экономических параметрах, на срок предстоящей сделки (поставки), на серийность; на количество и постоянство поставок, на комплектность, на дополнительные условия контракта, 3. поправки на скольжение и уторговывание).

Специфика формирования цен на импортируемую продукцию. Подготовка к переговорам по ценам, определение окончательной цены: выбор единицы измерения цены; базиса цены, валюты цены, способа фиксации цены и уровня цены. Предварительный расчет эффективности внешнеторговой операции.

Тема 5. Ценовая политика на внешних рынках

Понятие, содержание, цели ценовой политики, принципы построения, цели и задачи, факторы, влияющие на содержание ценовой политики и уровень внешнеторговых цен, процесс разработки ценовой политики, ценовые стратегии, стратегии премиальных защитных цен, стратегии проникновения, стратегии ценовой дифференциации, стратегии ценового выравнивания. Теория дискриминации и ее использование в ценообразовании. Ценовые скидки (бонусные, количественные, закрытые, временные, специальные, скидка «сконто», др.) и надбавки (за качество и особенности исполнения условий поставки). Ценовая политика импортеров, состав цены на импортируемую продукцию, контрактная цена, пересчитанная в белорусскую валюту, расходы по транспортировке, таможенная стоимость для определения таможенных платежей может быть рассчитаны в соответствии с таможенным кодексом ЕАЭС 6 методами: по цене сделки с ввозимыми товарами, цене сделки с идентичными товарами, цене сделки с однородными товарами, вычитание стоимости, сложение стоимости, резервный метод), таможенные пошлины (адвалорные, специфические и комбинированные ставки), таможенные сборы, ставки акцизов по подакцизным товарам, расходы покупателей организаций-импортеров, налог на добавленную стоимость. Условия, при которых возможно изменение внешнеторговых цен в процессе реализации внешнеторгового контракта. Методы определения влияния цен на финансовые результаты (метод маржинального дохода, метод влияния изменения переменных расходов на цены, метод изменения постоянных расходов на цены).

Ценовые риски во внешнеторговой деятельности и методы их страхования. Альтернативные варианты изменения цены и полезности товара. Особенности установления цен на товары-имитаторы, товары-новинки, модификация цен для стимулирования сбыта. Система показателей для оценке эффективности внешнеторговой деятельности.

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
ДЛЯ ДНЕВНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

№ раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное*	Форма контроля знаний	
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов			
						УСР			Ллек-ции
1	Методологические основы формирования цен в международной торговле	4	-	2	-	-	-	[12,13, 15-18]	Дискуссия, обсуждение рефератов
2	Контрактные цены и порядок их обоснования	4	-	2	-	-	-	[17,18]	Опрос, дискуссия
3	Алгоритм формирования цены внешнеторговой сделки	4	-	5	-	-	-	[1-11,19-22]	Тест-опрос, решение задач
4	Коммерческие поправки: методы обоснования и внесения в проект внешнеторговой цены к переговорам	4	-	5	-	-	-	[17,22]	Тест, подготовка информационных сообщений
5	Ценовая политика на внешних рынках	6	-	8	-	-	-	[14,15, 23-25]	Дискуссия, обсуждение рефератов
	Всего часов	22	-	22	-	-	-		Экзамен

* в разделе «Иное» записывается литература в квадратных скобках

**УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
ДЛЯ ЗАОЧНОЙ ФОРМЫ ПОЛУЧЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

№ раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов						Иное*	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР			
						Лекции	ППЗ (СЗ)		
1	Методологические основы формирования цен в международной торговле	1	-	0,5	-	-	-	[12,13, 15-18]	-
2	Контрактные цены и порядок их обоснования	1	-	0,5	-	-	-	[17,18]	дискуссия, подготовка докладов
3	Алгоритм формирования цены внешнеторговой сделки	1	-	2,5	-	-	-	[1-11,19-22]	опрос, решение практических ситуаций
4	Коммерческие поправки: методы обоснования и внесения в проект внешнеторговой цены к переговорам	1	-	1	-	-	-	[17,22]	промежуточный контроль знаний, дискуссия
5	Ценовая политика на внешних рынках	2	-	1,5	-	-	-	[14,15, 23-25]	решение практических ситуаций
	Всего часов	6	-	6	-	-	-		Экзамен

* в разделе «Иное» записывается литература в квадратных скобках

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студента (магистранта) по учебной дисциплине «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности»

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

Основными направлениями самостоятельной работы магистранта (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 занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;
- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (тесты, контрольные работы, устные опросы и т.п.);
- подготовка к экзамену.

Примерные темы исследований прилагаются.

Контроль знаний магистрантов (студентов) осуществляется путем опросов, тестирования, решения хозяйственных ситуаций, выполнения индивидуального задания и сдачи зачетов и экзаменов. Для оценки качества самостоятельной работы магистрантов (студентов) осуществляется контроль ее выполнения. Формы контроля самостоятельной работы магистрантов (студентов) устанавливаются учреждением высшего образования (собеседование, проверка и защита индивидуальных расчетно-графических и других заданий, круглые столы, рефераты, тестирование, устный и/или письменный зачет, экзамен и т.д.).

Перечень тем
по дисциплине «ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ВО ВНЕШНЕТОРГОВОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ»
для самостоятельной работы студентов (магистрантов)

1. Влияние конкуренции на процесс обоснования цены
2. Инструменты ценовой конкуренции и оценка возможностей их использования в практике отечественных субъектов хозяйствования
3. Ценовая и неценовая конкуренция: формы, преимущества и условия применения на внешнем рынке
4. Таможенное и не таможенное регулирование, оценка его влияния на размер цены и эффективность внешнеторгового контракта
5. Монопольные цены: суть, процедура выявления, последствия использования
6. Активное и пассивное ценообразование: сущность, условия применения
7. Мировой опыт реформирования ценообразования, сравнительная оценка итогов реформ в ценообразовании в Республике Беларусь и России (или другой любой стране)
8. Ценовые методы защиты внутреннего рынка
9. Транспортное ценообразование: принципы построения, механизм регулирования
10. Разработка рекомендаций по ведению переговоров по ценам
11. Роль трансфертных цен в регулировании финансовых потоков транснациональных корпораций
12. Методы и стратегии трансфертного ценообразования
13. Ценовая конкурентоспособность товара и методы ее обеспечения
14. Внешняя торговля и ценообразование: взаимосвязь и взаимовлияние
15. Цена как инструмент маркетинга на зарубежных рынках
16. Ценообразование на финансовом рынке
17. Механизм осуществления целевого ценообразования
18. Эффективное ценообразование - основа конкурентного преимущества отечественных экспортеров на внешнем рынке
19. Реакция участников рынка на изменение цен (на примере конкретного товарного рынка)
20. Ценообразование на основе метода ABC (ABP)
21. Механизм ценообразования для обеспечения рентабельности экспорта
22. Порядок обоснования цен на рынке недвижимости
23. Ценообразование на рынке труда
24. Ценообразование на объекты интеллектуальной собственности
25. Особенности установления цен (тарифов) на коммунальные услуги
26. Ценообразование и жизненный цикл товара
27. Особенности ценообразования на различных типах (моделях) рынка

Лабораторная работа
по дисциплине «Ценовая политика во внешнеторговой деятельности»

Тема: Алгоритм формирования цены внешнеторгового контракта

Цель работы: Приобрести навыки формирования внешнеторговых цен на экспортируемые товары

Организация проведения работы:

Каждый студент выполняет индивидуальное задание на основе предложенной хозяйственной ситуации (список ситуаций прилагается).

После завершения работы студент должен написать пояснительную записку с рекомендациями по совершенствованию ценовой политики и политики формирования цены (по предложенной ситуации) и защитить работу.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1. Договор о Евразийском экономическом союзе (ред. от 15.03.2018) (вместе с Приложениями 1 - 33) (Подписан в г.Астане 29.05.2014).
2. Договор о Таможенном кодексе Евразийского экономического союза (Подписан в г.Москве 11.04.2017).
3. Закон Республики Беларусь «О ценообразовании», 10.05.1999 №255-3; Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь 21.05.1999 №37,2/30.
4. Закон Республики Беларусь 12 декабря 2013 г. № 94-3 «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции».
5. Закон Республики Беларусь от 25.11.2004 N 347-3 "О государственном регулировании внешнеторговой деятельности".
6. Закон Республики Беларусь от 25.11.2004 N 346-3 (ред. от 13.07.2016) "О мерах по защите экономических интересов Республики Беларусь при осуществлении внешней торговли товарами".
7. Директива Президента Республики Беларусь от 31.12.2010, № 4 «О развитии предпринимательской инициативы и стимулирования деловой активности в Республике Беларусь».
8. Указ Президента Республики Беларусь от 27.03.2008 №178 (ред. от 22.12.2018) «О порядке проведения и контроля внешнеторговых операций», Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь с учетом изменений №1/10496 от 20.02.2009.
9. Указ Президента Республики Беларусь 25 августа 2006 г. № 534 «О содействии развитию экспорта товаров (работ, услуг)».
10. Постановление Правления Национального банка Республики Беларусь 9 июля 2009 г. № 101 «О проведении внешнеторговых операций».
11. Конвенция организации объединенных наций о договорах международной купли-продажи товаров (Документ А (CONF.97/18, Annex 1).

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

12. Адаменкова, С.Н. Налогообложение и ценообразование: теория и практика: учебно-методическое пособие/ С.Н.Адаменкова. - Минск: Элайда, 2013.
13. Липсиц, И.В. Ценообразование: учебник/ И.В. Липсиц. - М. Издательство Юрайт, 2014.
14. Маховикова, Г.А. Внешнеэкономическая деятельность / Г.А. Маховикова. - М.: ЭКСМО, 2009.
15. Паршин, В.Ф. Ценовая политика предприятия: Пособие / В.Ф. Паршин. - Минск: Вышэйшая школа, 2010.

16. Полещук, И.И. Ценообразование : учебное пособие / И.И. Полещук, Н.А. Полещук. – Минск: БГЭУ, 2019.

17. Шамахов, В.А. Внешнеторговое ценообразование : учебное пособие / В.А. Шамахов, Е.Л. Богданова, Е.В. Никитина. – СПб. : Техническая книга, 2016.

18. Герчигова, И.Н. Международное коммерческое дело: учебник для ВУЗов / И.Н. Герчигова. – М. : Банки и биржи, ЮНИТИ, 2006.

Дополнительная:

19. Валевиц, Р.П. Ценообразование и ценовая политика: практикум / Р.П. Валевиц, И.В. Прыгун. - Минск: БГЭУ, 2003.

20. Полещук, И.И. Ценообразование : практикум / И.И. Полуцек, В.В. Терешина.- Минск: БГЭУ, 2010

21. Ценообразование в организации: практикум : учебное пособие / Т.В. Емельянова [и др.] /под общ.редакцией Т.В. Емельяновой. – 2-е изд., испр. - Минск: Вышэйшая школа, 2013.


22. Ревенко, Л.С. Методическое пособие по курсу : практикум по международному ценообразованию: для студентов II магистратуры факультета МЭО / Л.С. Ревенко; Моск.гос. институт международных отношений. – МИД России ,каф.международных экономических отношений и внешнеэкономических связей. – М.: МГИМО – Университет, 2010.

23. Доктерс, Р. Брендинг и ценообразование. Как победить в гонке за прибыль / Р.Доктерс, М.: - 2005.

24. Долан, Р. Дж., Эффективное ценообразование / Р. Дж. Долан, Г. Саймон. - М.: «Экзамен», 2005.

25. Марн, М. Ценовое преимущество / М.Марн, Э.Регнер, К. Завада. – М.: Альпина, 2004.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

<p>Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование</p>	<p>Название кафедры</p>	<p>Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине</p>	<p>Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)</p>
<p>Бизнес-решения и управление изменениями</p>	<p>Кафедра коммерческой деятельности и рынка недвижимости</p>	<p>Не имеется</p> 	<p>Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг Протокол № 10 от 16.05.2019 г.</p>

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 201 /202 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли и услуг (протокол № __ от _____ 201 г.)
(название кафедры)

Заведующий кафедрой
канд. экон. наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

И.М. Микулич
(И.О.Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд. экон. наук, доцент
(ученая степень, ученое звание)

(подпись)

А.И. Ерчак
(И.О.Фамилия)