

Учреждение образования «Белорусский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
«Белорусский государственный
экономический университет»

 В.Ю.Шутилин

“ 25 ” 06 20 20.

Регистрационный № УД 4579-20 /уч.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ТОРГОВЛЕ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
1-25 01 10 «Коммерческая деятельность»

2020

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-25 01 10-293 для специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность» (специализации 1-25 01 10 02 «Коммерческая деятельность на рынке товаров народного потребления» регистр. № 37Р-13 от 10.06.2013; 1-25 01 10 04 «Коммерческая деятельность на внешнем рынке» регистр. № 38Р-13 от 10.06.2013; 1-25 01 10 18 «Коммерческая деятельность на предприятиях общественного питания» регистр. № 39Р-13 от 10.06.2013)

СОСТАВИТЕЛИ:

Ерчак А.И., доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент;

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;

Шпак И.В., начальник отдела методологии управления организации торговли и общественного питания Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет»

протокол № 10 от 14.05.2020 г

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

(протокол № 6 от 17.06 2020 г.).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

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 в торговой отрасли, оказывают огромное воздействие на движение материальных и денежных потоков, распределение товарной массы, уровень благосостояния населения. Они определяют конкурентоспособность торговых организаций, доходы от реализации, прибыль, рентабельность, степень финансовой независимости и другие показатели деятельности.

Предметом учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» является 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 внутреннем и внешнем рынках. В процессе обучения студенты должны изучить экономические основы, методологию и методику формирования отпускных, оптовых, закупочных, розничных, контрактных цен, тарифов на услуги, торговых надбавок, наценок, применения скидок.

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

Учебная программа учебной дисциплины отражает требования образовательного стандарта Республики Беларусь (ОСВО 1-25 01 10 – 2013) высшего образования, 1 степень по специальности 1-25 01 10 «Коммерческая деятельность».

Цель изучения учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» состоит в том, чтобы вооружить студентов, наряду с другими специальными дисциплинами, знаниями методологических и методических основ научно обоснованного формирования и управления ценами на товары и услуги для обеспечения организациям, осуществляющим коммерческую деятельность, стабильного экономического развития.

Определяются следующие задачи изучения учебной дисциплины
сформировать у обучающихся представление о роли цены в экономическом механизме управления организациями;

сформировать у обучающихся представление об экономической сущности цены и факторов, ее обуславливающих, взаимосвязи между различными видами цен;

ознакомить обучающихся с механизмом и методами государственного регулирования цен;

сформировать у обучающихся представление об особенностях формирования цен на потребительском рынке;

ознакомить обучающихся с критериями обоснованности формируемых в торговле цен;

сформировать у обучающихся представление о механизме формирования цен в сфере товарного обращения;

сформировать у обучающихся представление о целях, сущности и видах ценовых политик, стратегий и скидок в торговой отрасли;

ознакомить обучающихся с методами расчета отпускных цен, цен оптовых торговых организаций, розничных цен, торговых надбавок, наценок и др.;

ознакомить обучающихся с механизмом формирования цены внешнеторгового контракта;

ознакомить обучающихся с механизмом управления ценами на потребительском рынке.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен:

знать:

- вопросы теории и практики рыночного ценообразования;
- основные методы установления цен;
- методы государственного регулирования национальных цен;
- особенности определения цен на продукцию организаций, поставляющих товары на потребительский рынок;
- особенности определения цен на товары и услуги на потребительском рынке;
- особенности формирования цен внешнеторговых контрактов

уметь:

- формировать цены по стадиям товародвижения с учетом зачетного механизма исчисления налога на добавленную стоимость;
- обосновывать сумму прибыли, включаемую в цены;
- рассчитывать сумму налогов и неналоговых платежей в цене с учетом действующего законодательства;
- обосновывать принятие ценовых решений в рамках ценовой политики организации.

владеть:

- методами планирования себестоимости, определения налогов для включения в цену;

- методами определения уровней цен;
- методами обоснования скидок с цен;
- навыками обоснования необходимости изменения ценовых решений.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 1-25 01 10 Коммерческая деятельность учебная программа по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле» рассчитана у обучающихся

- на ДФО на 172 часа, из них аудиторных занятий 72 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 38 часов; практических занятий – 34 часа. Форма текущей аттестации - экзамен;

-на ЗФО на 72 часа, из них аудиторных занятий 18 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 10 часов; практических занятий – 8 часов;

-на ЗФО (сокращенный срок обучения и интегрированное обучение) на 72 часа, из них аудиторных занятий 14 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 8 часов; практических занятий – 6 часов;

-на ЗФО (интегрированное обучение с ССО (набор 2020 г.)) на 72 часа, из них аудиторных занятий 16 часа. Распределение по видам занятий: лекций – 10 часов; практических занятий – 6 часов.

Формы текущей аттестации – тест, экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Экономическое содержание категории «цена», этапы трансформации методологии ценообразования

Цена как экономическая категория. Место цены в системе стоимостных экономических категорий. Понятие, сущность и объективная необходимость системы цен. Цели и задачи цены. Эволюция теории цен. Цена как фактор уровня жизни населения. Роль цен на уровне мировой экономики, макро-, мезо- и микроэкономики.

Функции цен как внешнее проявление ее внутреннего содержания: учетная, стимулирующая, распределительная и перераспределительная, сбалансирования спроса и предложения, информационная, критерия рационального размещения производства и использования ресурсов.

Ценообразующие факторы. Факторы, проявляющиеся на макро-, мезо-, микроуровнях управления хозяйством. Факторы, зависящие от деятельности предприятия (внутренние) и не зависящие (внешние). Факторы, содействующие росту или снижению цен.

Система цен и признаки, лежащие в ее основе. Виды цен и их классификация. Дифференциация цен в соответствии с обслуживаемой сферой товарного обращения: закупочные и заготовительные цены на сельскохозяйственную продукцию; оптовые цены на продукцию промышленности; цены на строительную продукцию; тарифы грузового и пассажирского транспорта; розничные цены; тарифы на коммунальные и бытовые услуги, оказываемые населению.

Классификация цен в зависимости от порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке грузов: цены в месте производства продукции; единая цена с включением расходов по доставке; зональные цены; цены, определяемые на основе базисного пункта.

Степень свободы цен от воздействия государства при их определении — как классификационный признак цен. Свободные, регулируемые, фиксированные цены. Классификация цен в зависимости от степени новизны товара; обслуживаемого объекта и степени его участия в формировании цен: контрактные, справочные, мировые, цены международной торговли, удельных стоимостей, номинальные, паритетные, базисные, аналогов, преysкурантные цены, цены, используемые в учете и статистике.

Взаимосвязь между различными видами цен. Связь цены с другими экономическими категориями и явлениями. Взаимосвязь цен с финансово-кредитной системой. Взаимодействие цен и налогов. Взаимосвязь цен и денежного обращения. Тенденции динамики изменения цен в условиях переходной экономики. Индексы цен и методы их исчисления. Инфляция и ее воздействие на экономику и доходы населения.

Тема 2. Цены в механизме функционирования национальной экономики

Основы ценообразования в развитой рыночной экономике. Отличительные черты рыночного ценообразования от централизованного установления цен. Особенности ценообразования в социально-ориентированной рыночной экономике.

Государственное регулирование цен и ценообразования. Целесообразность и необходимость вмешательства государства в рыночное ценообразование. Методы государственного регулирования цен. Прямое регулирование цен через политику «ценового пола», «ценового потолка», «ценового коридора». Косвенное регулирование цен путем воздействия государства на факторы образования цен. Опыт регулирования цен государством в отдельных зарубежных странах.

Концепция ценообразования в Республике Беларусь. Методы прямого и косвенного государственного регулирования цен, применяемые в Республике Беларусь. Регулирование цен производителей и торговых организаций, организаций импортеров; цен на социально-значимые товары и услуги; цен организаций, доминирующих на рынке (реестр организаций монополистов, декларирование цен, ограничение норматива рентабельности, запрещение установления монопольно высоких, монопольно низких цен, монополистических цен, антиконкурентных ценовых соглашений); регулирование цен естественных монополий.

Организация контроля за ценами. Понятие государственной дисциплины цен. Техника проведения контрольных проверок. Основные виды нарушений государственной дисциплины цен. Экономические и административные санкции за нарушения государственной дисциплины цен.

Государственные органы ценообразования и антимонопольной политики, контроля за ценами в Республике Беларусь, их задачи и функции. Задачи и функции отделов ценообразования, функциональные обязанности специалистов, занимающихся вопросами определения цен в организации.

Тема 3. Основы рыночного ценообразования

Механизм ценообразования: сущность и содержание. Затратный и рыночный механизм формирования цен: различия, логика и последовательность действий, достоинства и недостатки, условия применения.

Ценовая политика организации. Виды ценовой политики. Элементы ценовой политики. Факторы, определяющие выбор ценовой политики. Этапы построения ценовой политики. Активная и пассивная ценовая политика. Ценовые политики отражения в ценах качества реализуемых товаров. Ценовые политики, преследующие цели укрепления финансового положения фирмы. Политика цен жизненного цикла товаров. Политика психологического ценообразования. Особенности восприятия цен потребителями. Эффект «некруглых чисел». Эффект сравнения. Эффект «различного восприятия выгод и потерь». Эффект размерности цены. Эффект справедливости. Методика разработки ценовой политики торговой организации. Этапы построения ценовых политики в торговле и общественном питании и их характеристика. Факторы, оказывающие влияние на выбор ценовой политики.

Взаимосвязь целей ценообразования с целями функционирования торговых организаций. Задачи ценообразования. Задача выживаемости предприятия; цены, ее реализующие. Стратегические и тактические цели ценовой политики. Максимизация прибыли как задача, цель организации и ценообразования. Цели, основанные на удержании рынка по объемам сбыта и качеству обслуживания покупателей.

Определение спроса как этап ценовой политики торговой организации. Зависимость между ценой, товарооборотом и уровнем спроса. Анализ расходов для целей ценообразования. Методика проведения анализа. Верхний и нижний уровень цен.

Изучение цен конкурентов — важнейшая предпосылка повышения обоснованности ценового решения на потребительском рынке. Мониторинг цен. Методы тестирования цен на рынке.

Система методов ценообразования, разработанная и апробированная отечественной и зарубежной практикой. Зависимость выбора метода ценообразования от целевых ориентиров деятельности организаций, общего состояния экономики, уровня государственного регулирования процессов ценообразования, целей торговых переговоров. Методы ценообразования, основанные на расходах на реализацию товаров и область их применения. Ценовой метод полных, стандартных (нормативных), прямых стандартных затрат. Параметрические методы ценообразования: методы отражения в цене потребительских свойств и качества товаров, метод удельной цены, агрегатный

метод, балловый метод, ценовой метод, построенный на основе корреляционно-регрессионного анализа. Метод аналогов. Требования к обоснованности выбора метода формирования цен на основе качественных параметров. Условия применения параметрических методов в торговле. Метод определения цен с ориентацией на спрос: суть, перспективы, особенности, достоинства и недостатки метода. Конкурентное ценообразование. Суть, условия применения, разновидности. Метод текущей цены. Метод "запечатанного конверта" или тендерного ценообразования. Метод следования за лидером. Метод ориентации на рыночные цены.

Ценовая стратегия. Виды ценовых стратегий, их различия и возможности использования. Стратегии дифференцированного, конкурентного и ассортиментного ценообразования. Ценовая тактика и ее значение при формировании цен. Тактика низких, высоких и рыночных цен. Скидки, как инструмент тактического ценообразования. Виды скидок. Кумулятивные и некумулятивные скидки за объем покупки. Ступенчатые скидки. Сезонные скидки. Скидки «сконто». Скидки за отсрочку платежа. Праздничные скидки. Скидки в натуральной форме. Скидки постоянным покупателям и дисконтные карты. Купоны, бонусы и зачеты и возможности их использования в ценообразовании. Особенности формирования ценовых стратегий и тактик в торговле. Стратегия «ежедневно низких цен». Стратегия «высоких/низких цен». Стратегия «убыточного лидера» и ее применение в торговле. Стратегия «ценовых линий». Стратегии пакетного ценообразования в торговле. Стратегия «убийц категорий»: особенности и риски применения. Стратегия случайных скидок. Разновидности скидок с оптовых и розничных цен: суть, назначение, источники применения. Достоинства скидок. Недостатки скидок. Опасности, связанные с предоставлением скидок. Ценовые войны на потребительском рынке.

Модификации цен, планируемые в рамках общей ценовой политики и стратегии предприятия торговли. Модификации цен по географическому принципу; через систему скидок для стимулирования сбыта; ступенчатое снижение цен по предлагаемому ассортименту товаров. Условия и возможности дифференциации цен на потребительском рынке.

Информационное обеспечение и его значение при формировании цен. Источники ценовой информации. Методы сбора и обработки ценовой информации. Тестирование цен и его виды. Лестница цен. Метод PSM. Ценовые эксперименты. Совмещенный анализ.

Концепция эластичности и ее использование в ценообразовании. Прямая эластичность спроса по цене: понятие, исчисление, способы применения, факторы, их определяющие. Перекрестная эластичность спроса по цене. Эластичность спроса по доходу и ее влияние на спрос и принятие решения по ценам. Особенности проявления эластичности в краткосрочном и долгосрочном

периоде. Обстоятельства, снижающие эластичность спроса от цены. Характеристики взаимосвязи эластичности спроса и прибыли. Методы определения эластичности спроса по цене. Ценовая чувствительность покупателей. Факторы, влияющие на ценовую чувствительность на потребительском рынке и рынке продукции производственно-технического назначения. Ограничения и возможности применения показателя эластичности спроса от цены при изменении цен.

Учет качества потребительских товаров при формировании цен. Объективное и субъективное качество товаров, объективная и субъективная цена и их взаимосвязь. Внешние и внутренние сигналы качества. Цена, как внешний сигнал качества. Условия, при которых покупатели определяют качество потребительских товаров по внешним сигналам. Ценность, как мера взаимосвязи цены и качества потребительских товаров. Покупательские стратегии выбора товара и максимизации ценности.

Оценка эффективности избранной политики построения цен. Выбор критериев эффективности ценообразования на рынке. Методы и показатели оценки эффективности ценовой политики.

Документальное оформление оптовых и розничных цен, торговых надбавок.

Тема 4. Формирование цен на товары, поставляемые в розничную торговлю

Сущность и значение отпускных цен. Особенности формирования отпускных цен на товары народного потребления. Методика формирования отпускных цен.

Расходы на производство и реализацию и их группировка. Значение группировок затрат для целей ценообразования в оптово-посреднической деятельности. Группировка затрат по экономическому содержанию, калькуляционным статьям, способу отнесения, в зависимости от объема производства и реализации. Деление затрат на плановые, фактические, явные и неявные, скрытые, безвозвратные, основные и накладные, постоянные и переменные, предельные и их учет при определении целей ценовой политики организации и границ цен. Себестоимость продукции — основной элемент цены на продукцию собственного производства. Калькуляция затрат: сущность, значение, виды. Плановая и фактическая, прямая и обратная калькуляция, калькуляция по полным и сокращенным затратам. Методы калькулирования

затрат с учетом отраслевой специфики. Производственная и полная себестоимость.

Прибыль как элемент цены и результат деятельности организации. Факторы, определяющие прибыльность организации и выпускаемой (реализуемой) продукции. Влияние изменения цен и затрат на прибыль организации. Обоснование суммы прибыли, включаемой в цену продукции собственного производства. Методы определения нормы рентабельности для целей ценообразования.

Отражение в цене продукции собственного изготовления косвенных налогов, неналоговых платежей и отчислений в соответствии с действующей системой налогообложения. Зачетный метод исчисления налога на добавленную стоимость. Порядок обоснования цен методом обратного счета.

Использование различных условий поставки товара, определяемых договором поставки между продавцами и покупателями. Понятия "франко" и "франкировка". Факторы, определяющие выбор условий "франкировки". Методы учета в отпускных ценах транспортных расходов при различных базисных условиях поставки.

Особенности формирования цен при товарообменных операциях. Сущность и условия применения товарообменных операций. Обоснование товарообменных операций. Учетные цены и контрактные цены. Изменения цен при товарообменных операциях.

Трансфертные цены и их значение. Виды трансфертных цен. Цели применения трансфертных цен в ценообразовании на внутреннем и внешних рынках. Факторы, определяющие выбор метода установления трансфертных цен. Порядок обоснования трансфертных цен. Методы установления трансфертных цен. Государственное регулирование трансфертных цен.

Особенности формирования закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию, поставляемую в розничную торговую сеть. Методика формирования закупочных цен. Государственное регулирование закупочных цен. Формирование закупочных цен на социально-значимую плодоовощную продукцию. Свободные закупочные цены и методы учета качества в них. Заготовительные надбавки и отпускные цены на сельскохозяйственную продукцию.

Особенности формирования цен в оптовой коммерческой деятельности. Основополагающие нормативные документы, определяющие порядок расчета цен в оптовой торговле. Методы государственного регулирования цен в оптовой торговле. Снабженческо-сбытовые наценки, их значение. Порядок формирования и установление цен в снабженческо-сбытовых организациях. Методика формирования оптовых надбавок. Оптовые скидки и методика их применения. Обоснование оптовых надбавок и скидок.

Особенности формирования цен на импортируемые товары. Управление затратами как условие обеспечения конкурентоспособности товаров, реализуемых оптовыми организациями, по цене. Методы включения налогов и неналоговых платежей в отпускную цену импортера и цену оптовой организации с учетом действующего в Республике Беларусь законодательства.

Особенности формирования и расчета цен на посреднические услуги. Общие подходы к определению цен посреднических услуг. Методы государственного регулирования посреднической деятельности при продаже товаров. Оформление цен в оптово-посреднической деятельности.

Тема 5. Формирование цен на рынке потребительских товаров и услуг

Роль и назначение розничных цен в формировании потребительских рынков и жизненного уровня населения. Особенности формирования цен в розничной торговле. Элементы розничной цены. Торговые надбавки (торговые скидки) — цены торговых услуг розничного продавца. Расчет торговых надбавок и скидок. Особенности формирования розничных цен на продовольственные и непродовольственные товары. Специфика расчета цен на социально-значимые товары. Особенности установления розничных цен на сельскохозяйственную продукцию, на реимпортируемые товары, товары импортного производства, реализуемые за рубли и за иностранную валюту, товары, реализуемые организациями розничной торговли, осуществляющими беспошлинную торговлю. Порядок расчета торговых скидок при реализации товаров по ценам, согласованным с поставщиком. Взаимосвязь розничной надбавки и скидки с цены. Права производителя по определению конечных оптовых и розничных цен на выпускаемую продукцию.

Порядок формирования цен на дополнительные услуги в розничной торговле. Оформление документов по розничным ценам. Порядок округления розничных цен.

Особенности ценообразования в организациях общественного питания. Цены и наценки общественного питания, их назначение, применение, размеры. Методы калькулирования цен на продукцию общественного питания. Особенности формирования продажных цен на продукцию общественного питания, реализуемую по утреннему, обеденному и вечернему меню в различных типах организаций. Порядок определения продажных цен на блюда собственного изготовления; покупные товары; покупные товары, реализуемые в розлив и

порционно. Особенности ценообразования в школьных и студенческих столовых. Основные ценовые документы на предприятиях общественного питания и порядок их составления. Государственное регулирование цен на продукцию общественного питания.

Особенности формирования тарифов на бытовые услуги, оказываемые населению. Методика формирования тарифов на бытовые услуги. Тарифы на единичные услуги, оказываемые организациями бытового обслуживания. Надбавки и скидки к тарифам на бытовые услуги.

Тема 6. Ценообразование на внешнем рынке

Взаимосвязь цен и методов ценообразования на внутреннем и внешнем рынках. Исходные предпосылки к разработке внешнеторговых цен и этапы их установления, структура и схема разработки цены внешнеторгового контракта. Цели, задачи и тактики внешнеторгового ценообразования. Минимальная и максимальная границы внешнеторговой цены. Методика расчета минимальной экспортной цены при условии, что целью экспорта является: расширение рынка сбыта продукции, получение валютной выручки, необходимость импорта. Ценовой анализ и ценовое прогнозирование. Информационное обеспечение внешнеторгового ценообразования.

Методы калькулирования внешнеторговых цен. Прямая и обратная техника калькулирования. Механизм обоснования цены внешнеторгового контракта. Основные требования к обоснованности внешнеторговых цен. Последовательность включения отдельных элементов базисной контрактной цены при предварительной их калькуляции. Методы предварительного калькулирования себестоимости, издержек обращения и прибыли.

Механизм изучения цен конкурентов на аналогичные товары. Конкурентный лист и его назначение. Содержание конкурентного листа. Внесение коммерческих поправок – способ приведения привлекаемых для расчета цен конкурентных материалов к единым коммерческим условиям приобретения. Учет качества и технико-экономических различий во внешнеторговой цене. Поправки на валюту цены, валюту платежа, условия платежа и курс валют. Серийность производства и ее учет в цене. Поправка на количество. Поправка на инфляцию. Поправки на сроки поставки и скольжение. Уторговывание цены внешнеторгового контракта. Система ценовых скидок, используемая в практике внешней торговли. Включение налогов и пошлин во внешнеторговую цену. Определение окончательной цены и ее отражение в контракте. Приведение цен к базисным условиям поставки..

Методика расчета экспортируемых из Республики Беларусь и импортируемых в Республику Беларусь товаров. Оценка эффективности внешнеторговых сделок.

Тема 7. Методы управления ценами на потребительском рынке

Причины, обуславливающие необходимость изменения цен. Факторы, способствующие росту или снижению цен. Оценка взаимодействия цены, затрат, прибыли, продаж — основа изменения цен. Сценарий взаимодействия: изменение цены — изменение прибыли. Цена и эффект масштаба.

Инициативное изменение цен: снижение, повышение. Реакция потребителей и конкурентов на изменение цен. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами, результаты рекламных мероприятий и жизненный цикл товара. Условия, при которых снижение цен может быть прибыльно. Источники возмещения потерь, связанных со снижением цен.

Условия применения скидок, порядок расчета и обоснования размера скидок с цены. Методы расчета оптимального и максимально допустимого размера скидки. Обоснование системы скидок в розничной торговле, скидки на сезонные товары, скидки за большой объем покупки, скидки по соглашению с поставщиком (основанные на принципе «деления прибыли»). Уценка товаров. Причины проведения. Разовые крупномасштабные уценки. Проведение многократных "скользящих" уценок. Методы выбора масштаба и времени уценки. Расчет размера уценки.

Установление цен на новые товары: подлинные новинки, товары-имитаторы. Ценообразование в рамках товарной номенклатуры.

Комплексный анализ условий безубыточности ценовых решений. Особенности проведения анализа условий безубыточности при обосновании инвестиционных вложений, при изменениях цен, при изменениях цен и при непостоянстве затрат. Оценка инфляционного ожидания.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценообразование в торговле»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(дневная форма получения образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР		
1	Экономическое содержание категории «цена», этапы трансформации методологии ценообразования.	2	2	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	опрос
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	4	4	-	-	-	-[1, 2, 3, 4]	Письменный опрос
3	Основы рыночного ценообразования.	6	4	-	-	-	[2, 4]	Контрольная работа
4	Формирование цен на товары, поставляемые в розничную торговлю.	6	6	-	-	-	[2, 3, 4]	Письменный опрос, тесты
5	Формирование цен на рынке потребительских товаров и услуг.	8	6	-	-	-	[1, 3]	Контрольная работа
6	Ценообразование на внешнем рынке	6	6	-	-	-	[2, 4]	Устный опрос,
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	6	6	-	-	-	[1, 2]	Контрольная работа
	Итого:	38	34	-	-	-		Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценообразование в торговле»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(заочная форма получения образования)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	Экономическое содержание категории «цена», этапы трансформации методологии ценообразования.	1	-	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	опрос
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	1	-	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	Письменный опрос
3	Основы рыночного ценообразования.	1	2	-	-	-	[2, 4]	Контрольная работа
4	Формирование цен на товары, поставляемые в розничную торговлю.	2	2	-	-	-	[2, 3, 4]	Письменный опрос, тесты
5	Формирование цен на рынке потребительских товаров и услуг.	2	2	-	-	-	[1, 3]	Контрольная работа
6	Ценообразование на внешнем рынке	1	-	-	-	-	[2, 4]	Устный опрос,
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	2	2	-	-	-	[1, 2]	Контрольная работа
	Итого:	10	8	-	-	-		Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценообразование в торговле»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(заочная форма получения образования, сокращенный срок обучения и интегрированное обучение)

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСР		
1	Экономическое содержание категории «цена», этапы трансформации методологии ценообразования.	0,5	-	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	Опрос
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	0,5	-	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	Письменный опрос
3	Основы рыночного ценообразования.	1	1	-	-	-	[2, 4]	Контрольная работа
4	Формирование цен на товары, поставляемые в розничную торговлю.	2	2	-	-	-	[2, 3, 4]	Письменный опрос,
5	Формирование цен на рынке потребительских товаров и услуг.	2	2	-	-	-	[1, 3]	Контрольная работа
6	Ценообразование на внешнем рынке	1	-	-	-	-	[2, 4]	Устный опрос,
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	1	1	-	-	-	[1, 2]	Контрольная работа
	Итого:	8	6	-	-	-		Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценообразование в торговле»

Специальность 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

(заочная форма получения образования, интегрированное обучение с ССО (набор 2020 г.))

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Иное	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП		
1	Экономическое содержание категории «цена», этапы трансформации методологии ценообразования.	1	-	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	Опрос
2	Цены в механизме функционирования национальной экономики	1	-	-	-	-	[1, 2, 3, 4]	Письменный опрос
3	Основы рыночного ценообразования.	1	1	-	-	-	[2, 4]	Контрольная работа
4	Формирование цен на товары, поставляемые в розничную торговлю.	2	2	-	-	-	[2, 3, 4]	Письменный опрос, тесты
5	Формирование цен на рынке потребительских товаров и услуг.	2	2	-	-	-	[1, 3]	Контрольная работа
6	Ценообразование на внешнем рынке	1	-	-	-	-	[2, 4]	Устный опрос,
7	Методы управления ценами на потребительском рынке	2	1	-	-	-	[1, 2]	Контрольная работа
	Итого:	10	6	-	-	-		Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Ценообразование в торговле»

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.

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. Экономика знаний предоставляет широкий спектр средств для самостоятельного освоения учебных дисциплин, поэтому на изучение учебной дисциплины «Ценообразование в торговле» учебным планом отведено 100 часов для самостоятельной работы студентов.

Основными видами управляемой самостоятельной работы студентов являются: формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.); написание рефератов; подготовка мультимедийных презентаций и докладов; выполнение микроисследований по заданной проблеме; подготовка к практическим занятиям; практические разработки и выработка рекомендаций по решению проблемной ситуации; выполнение домашних заданий в виде решения задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным темам; компьютерный текущий самоконтроль и контроль успеваемости на базе электронных обучающих и аттестующих тестов и др.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1. О ценообразовании / Закон Респ. Беларусь, 10 мая 1999 г. // Эталон –Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 1999.
2. О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь / Указ Президента Респ. Беларусь, 25 февраля 2011 г., №72 // Эталон –Беларусь [Электрон. ресурс] / Нац. центр правовой инф. Респ. Беларусь. – Минск, 2011.

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

1. Маховикова, Г.А. Ценообразование в торговом деле: теория и практика : учебник для бакалавров : для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / Санкт-Петербургский гос. экон. ун-т / Г.А. Маховикова. - Москва : Юрайт, 2015. - 231 с. : ил.

2. Полещук, И.И. Ценообразование: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Маркетинг", "Логистика", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / И.И. Полещук. - Минск : БГЭУ, 2019. - 282 с. : ил.

3. Прокофьева, Н.Л. Ценообразование в торговле: курс лекций: для студентов специальности 1-25 01 10 "Коммерческая деятельность", для слушателей переподготовки специальности 1-25 03 75 "Бухгалтерский учет и контроль в промышленности" / Н.Л. Прокофьева. - Изд. 2-е, переработанное и дополненное. - Витебск : ВГТУ, 2018. - 143, [1] с.

4. Салимжанов, И.К. Ценообразование : учебник для студентов, обучающихся по специальностям "Экономическая теория", "Национальная экономика", "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)". - 2-е изд., стер./ И.К. Салимжанов - Москва : КНОРУС, 2016. - 298, [1] с. : ил.

Дополнительная:

5. Баздникин, А.С. Цены и ценообразование : учебник и практикум для академического бакалавриата : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и

аудит" / Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - 2-е изд., перераб. и доп./ А.С. Баздникин. - М: Юрайт, 2015. - 370 с.

6. Карпова, С.В. Управление ценами : учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / под ред. С.В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации / С.В. Карпова. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. - 235, [1] с.

7. Клинов, В.Г. Мировые товарные рынки и цены : учебник / под ред. Л.С. Ревенко ; ФГАОУ ВО "Московский гос. ин-т междунар. отношений (ун-т) М-ва иностр. дел Рос. Федерации", Каф. междунар. экон. отношений и внешнеэкон. связей. - 2-е изд., испр. и доп./ В.Г. Клинов. - Москва : МГИМО-Университет, 2018. - 664, [1] с.

8. Ландсбург, С. Теория цен и ее применение : учебник для студентов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям, а также для студентов бакалавриата, магистратуры, аспирантов, преподавателей экономических факультетов вузов / пер. с англ. под науч. ред. М.И. Левина ; [Рос. акад. нар. хоз-ва и гос. службы при Президенте Рос. Федерации] / С. Ландсбург. - М: Дело, 2018. - 852, [1] с.

9. Липсиц, И.В. Ценообразование : краткий курс лекций / И.В. Липсиц. - М: Юрайт, 2015. - 158, [2] с.

10. Лузина, Т. В.Ценообразование во внешней торговле: учебник для вузов: для студентов, обучающихся по экономическим и социально-экономическим направлениям / Т. В. Лузина, С. С. Решетникова. - М: Юрайт, 2018. - 277, [1] с.

11. Соснаускене, О.И. Ценообразование в розничной торговле: практическое пособие / О.И. Соснаускене. - М: Дашков и К, 2015. - 267, [1] с. : ил.

ПЕРЕЧЕНЬ РЕКОМЕНДУЕМЫХ ФОРМ ДИАГНОСТИКИ

Устная форма диагностики:

- 1.Собеседования.
- 2.Доклады на семинарских занятиях.
- 3.Доклады на конференциях.
- 4.Устные зачеты.
- 5.Устные экзамены.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.


Письменная форма диагностики:

- 1.Тесты.
- 2.Контрольные опросы.
- 3.Контрольные работы.
- 4.Письменные отчеты по аудиторным (домашним) практическим упражнениям.
- 5.Рефераты.
- 6.Отчеты по научно-исследовательской работе.
- 7.Письменные зачеты.
- 8.Письменные экзамены.
- 9.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 10.Оценивание на основе деловой игры.

Устно-письменная форма диагностики:

- 1.Отчеты по аудиторным практическим упражнениям с их устной защитой.
2. Отчеты по домашним практическим упражнениям с их устной защитой.
- 3.Зачеты.
- 4.Экзамены.
- 5.Оценивание на основе модульно-рейтинговой системы.
- 6.Оценивание на основе деловой игры.

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)
Коммерческая деятельность	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	нет  <i>Киселева И.С.</i>	Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол №10 от 14.05.2020 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ
УВО
на 2020/2021 учебный год

/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли и услуг (протокол №10 от 14.05.2020 г.)

Заведующий кафедрой
канд.экон.наук, доцент _____ И.М. Микулич

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
канд.экон.наук, доцент _____ А.И. Ерчак