

Учреждение образования
“Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор учреждения
образования “Белорусский
государственный экономический
университет”

 Е.Ф. Киреева

“28” 04 2023 г.

Регистрационный № УД 5412 23 /уч.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 7-06-0413-01 Коммерция

2023

Учебная программа по учебной дисциплине «Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса» составлена на образовательного стандарта ОСВО 7-06-0413-01-2022 по специальности «Коммерция», учебного плана учреждения высшего образования по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» (профилизации «Коммерция на потребительском рынке», утвержденного 10.01.2023, регистрационный № 34 МГР-23; профилизации «Коммерция на рынке ресторанных услуг», утвержденного 10.01.2023, регистрационный № 38 МГР-23)

СОСТАВИТЕЛЬ:

Белова С.О., доцент кафедры экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет», кандидат экономических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

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

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

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой экономики торговли и услуг учреждения образования «Белорусский государственный экономический университет» (протокол № 9 от 09.03.2023г);

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

(протокол № 6 от 26.04.2023)

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа по учебной дисциплине «Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса» разработана для учреждений высшего образования Республики Беларусь в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования по специальности 7-06-0413-01 Коммерция.

Цель учебной дисциплины «Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса» - сформировать систему специальных компетенций (СК-4), которая позволит обучающимся разрабатывать ценовую политику и тактику поведения на рынке для обеспечения результативности функционирования и экономической безопасности.

Задачи, которые стоят перед изучением учебной дисциплины:

- изучение методологических основ формирования цен;
- изучение механизма ценообразования и факторов, его определяющих;
- изучение и отработка навыков разработки, оценки эффективности и корректировки ценовой политики.

В результате изучения дисциплины магистрант должен:

знать:

- нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс ценообразования;
- методологические основы формирования цен в торговом и ресторанном бизнесе;
- механизм ценообразования и факторы его определяющие;
- методику разработки ценовой политики, стратегии и тактики;

уметь:

- подбирать исходную информацию для принятия обоснованных ценовых решений;
- проводить ценовой анализ;
- разрабатывать ценовую политику;
- проводить оценку эффективности ценовой политики и осуществлять корректировку ценовой политики.

владеть навыками:

- разработки ценовой политики, стратегии и тактики в торговом и ресторанном бизнесе;
- оценки эффективности ценовой политики для обеспечения результативности функционирования и экономической безопасности.

В соответствии с образовательным стандартом высшего образования по специальности 7-06-0413-01 «Коммерция» учебная программа по учебной дисциплине «Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса» рассчитана у обучающихся:

- на ДФО на 102 часов, из них аудиторных занятий 44 часов. Распределение по видам занятий: лекций – 20 часов; практических занятий – 12 часов; семинарских занятий – 12 часов;

-на ЗФО - на 108 часов, из них аудиторных занятий 10 часов.
Распределение по видам занятий: лекций – 4 часа; практических занятий – 4 часа; семинарских занятий – 2 часа.

Форма текущей аттестации – экзамен. Зачетных единиц - 3.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Методологические основы формирования цен в торговом и ресторанном бизнесе

Цена как экономическая категория. Функции цены в качестве индикатора и регулятора рынка. Ценообразование как процесс формирования уровней, структуры и динамики цен в целях обеспечения заданных темпов и пропорций развития общественного воспроизводства с учетом требований экономических законов.

Общая методология формирования цен в Республике Беларусь. Принципы ценообразования.

Специфика ценообразования в торговом и ресторанном бизнесе и факторы ее определяющие.

Условия и факторы, влияющие на формирование цен в торговом бизнесе.

Условия и факторы, влияющие на формирование цен в ресторанном бизнесе. «Ценовое поле» для ресторатора, задаваемое условиями рынка и условиями спроса. Популярность и рентабельность блюд и их учет при формировании цен.

Качественное и стоимостное (затратное и ценностное) ценообразование и его применение в торговом и ресторанном бизнесе.

Определение конкурентной цены как основа формирования качественного ценообразования. Реагирование на перемены в локальной конъюнктуре, уровне конкуренции.

Стоимостное ценообразование. Расчет фудкоста - основа формирования цены. Специфические методы и приемы формирования цен на продукцию общественного питания и товары.

Методы расчета продажной цены в ресторанном бизнесе: традиционный; рыночный; комбинированный.

Тема 2. Механизм ценообразования и факторы его определяющие

Механизм ценообразования как последовательность взаимосвязанных процессов формирования и изменения цен субъектами ценообразования при регулирующей роли государства и общества.

Ценовой механизм как совокупность цен, их видов и разновидностей, структура, величина, динамика их изменения, скидки, надбавки; как способ, правил установления, формирования, изменения цен, выработки ценовых тактик, политик, стратегий.

Виды механизма ценообразования: свободное ценообразование; договорно-контрактное ценообразование; ценообразование в условиях полной или частичной монополии; административное ценообразование.

Внешние и внутренние факторы, влияющие на механизм ценообразования.

Влияние рыночной среды и структуры рынка на механизм ценообразования.

Цена как объект регулирования. Цели государственного регулирования ценообразования. Нормативно-правовые акты, регламентирующие процесс ценообразования в Республике Беларусь.

Способы и методы государственного регулирования ценообразования.

Особенности государственного регулирования ценообразования в торговом и ресторанном бизнесе.

Контроль за ценами, оценка ценовых рисков.

Тема 3. Ценовой анализ

Информация необходимая для принятия ценового решения: состояние конкуренции, спроса, характер потребительских предпочтений.

Мониторинг цен конкурентов, анализ эластичности спроса по цене на рынке, а также оценку уровня ожидаемых покупателями цен и показателей ценовой чувствительности покупателей к изменению цен на конкретные наименования товаров, услуг, продукции.

Методы определения ценовой эластичности. Эластичность спроса по цене и доходам и ее использование в ценообразовании. Оценка величины эластичности для решения практических задач.

Изучение информации о реализации продукции ресторанного бизнеса на различных рынках или на одном рынке, но в разные моменты времени по разным ценам. Постановка ценовых экспериментов. Проведение опроса потребителей.

Ценовая чувствительность потребителей.

Тема 4. Разработка ценовой политики и оценка ее эффективности

Ценовая политика и этапы ее формирования.

Определение целей ценообразования корреляция с целями объекта торгового и ресторанного бизнеса, концепцией развития.

Механизм построения ценовой политики в ритейле. Активная и адаптивная ценовая политика.

Теория дискриминации и ее использование для целей ценообразования.

Дифференциация целей ценообразования в разрезе различных блюд в меню. Особенности формирования ценовой политики для различных типов и классов объектов ресторанного бизнеса.

Формирование цен с учетом психологических особенностей потребителей и текущей конъюнктуры рынка.

Формирование ценовой стратегии. Стратегии дифференцированного, конкурентного и ассортиментного ценообразования.

Цель и особенности применения стратегии дифференцированного ценообразования в торговом и ресторанном бизнесе. Инструменты реализации стратегии дифференцированного ценообразования.

Цель и условия применения стратегии ассортиментного ценообразования в торговом и ресторанном бизнесе.

Цель применения стратегии конкурентного ценообразования в торговом и ресторанном бизнесе и конкурентные преимущества, позволяющие ее реализовать. Влияние конкуренции на принятие управленческих решений по ценам.

Стратегии ценообразования для различных потребителей (сегментов рынка) в торговом и ресторанном бизнесе.

Факторы, влияющие на принятие ценовых решений.

Формирование ценовой тактики. Виды скидок и порядок их предоставления.

Ценовые инструменты и тактики. Скидки с цен как элемент активного стимулирования продаж в торговом бизнесе.

Ценовые тактические мероприятия, связанные с повышением цен, в предпраздничные и праздничные дни (при проведении корпоративных мероприятий и др.); специальные цены в ресторанах, скидки на определенные виды продуктов (блюдо дня или специальное меню на каждый день), сниженные цены для групп населения (поздний ужин, детское меню или меню для пенсионеров) и проч. Политика скидок.

Оценка эффективности ценовой политики. Оценка влияния изменения цены на экономические результаты деятельности объектов и ресторанного бизнеса. Оценка влияния изменения цены на экономические результаты деятельности организаций торгового бизнеса.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса»

Специальность 7-06-0413-01 Коммерция

(дневная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Методологические основы формирования цен в торговом и ресторанном бизнесе	4	-	4				[5-6,8]	Дискуссия
2.	Механизм ценообразования и факторы его определяющие	6	4	2				[1-4,8]	Дискуссия, разбор НПА
3.	Ценовой анализ	4	4	2				[5,6]	Дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
4.	Разработка ценовой политики и оценка ее эффективности	6	4	4				[5-11]	Дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
ИТОГО		20	12	12					Экзамен

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса»
 Специальность 7-06-0413-01 Коммерция
 (заочная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Литература	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Количество часов УСП			
						Лекции	ПЗ (СЗ)		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1.	Методологические основы формирования цен в торговом и ресторанном бизнесе	1	-	1	-	-	-	[5-6,8]	Дискуссия
2.	Механизм ценообразования и факторы его определяющие	1	-	1	-	-	-	[1-4,8]	Дискуссия, разбор НПА
3.	Ценовой анализ	1	2	-	-	-	-	[5,6]	Дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
4.	Разработка ценовой политики и оценка ее эффективности	1	2	-	-	-	-	[5-11]	Дискуссия, метод анализа конкретных ситуаций
ИТОГО		4	4	2					Экзамен

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине «Ценовая политика торгового и ресторанного бизнеса»

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 обучающегося 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 (коллоквиумы, контрольные работы, доклады на семинарских занятиях, тесты, эссе, рефераты и т.п.);
- работа над выполнением индивидуального задания;
- подготовка к экзамену.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Нормативные и законодательные акты

1. Закон Республики Беларусь «О ценообразовании» от 10.05.1999. № 255-З.
2. Закон Республики Беларусь «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции» от 8 января 2018 г. № 98-З (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 02.02.2018, 2/2536) – новая редакция <Н11800098>
3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь №713 от 19 октября 2022 г. «О системе регулирования цен» (в ред. постановления Совмина от 26.10.2022 N 713(1)) .
4. Инструкция «О порядке формирования цен на продукцию общественного питания, реализуемую в учреждениях образования», утв. Постановлением Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь № 66 от 13.08.2018 (в ред. постановлений МАРТ от 17.12.2018 N 87, от 19.05.2021 N 33).

ЛИТЕРАТУРА

Основная:

5. Полещук, И. И. Ценообразование : учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по специальностям "Маркетинг", "Логистика", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит". - Минск : БГЭУ, 2019. - 282 с. : ил.
6. Мякинская, В. В. Ценообразование : учебное пособие : [для студентов, магистрантов, аспирантов и преподавателей высших учебных заведений] / В. В. Мякинская, А. А. Голубицкая ; Учреждение образования "БИП — Университет права и социально-информационных технологий". — Минск : БИП — Университет права и социально-информационных технологий, 2021. — 143 с.

Дополнительная:

7. Быстров, С. А. Технология и организация ресторанного бизнеса и питания туристов : [учебник : для студентов высших учебных заведений] / С. А. Быстров. - Москва : Инфра-М, 2021. - 535 с.
8. Дрозд, Н. М. Ценообразование в условиях глобализации мирового рынка / Н. М. Дрозд. — Минск : Право и экономика, 2020. — 182с.
9. Палий, Н. С. Экономика предприятий ресторанного хозяйства : учебное пособие / Н. С. Палий. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2021. – 142 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=602201> (дата обращения: 21.02.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-1876-5. – DOI 10.23681/602201. – Текст : электронный.

10.Фридман, А. М. Экономика предприятий торговли и питания потребительского общества : учебник : [для студентов средних специальных и высших учебных заведений системы потребительской кооперации] / А. М. Фридман. - 6-е изд., стер. - Москва : Дашков и К, 2020. - 655 с.

11. Фридман, А. М. Экономика предприятия общественного питания : учебник / А.М. Фридман. – 3-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2022. – 462 с. : табл. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=621890> (дата обращения: 21.02.2022). – ISBN 978-5-394-04601-8. – Текст : электронный.

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.

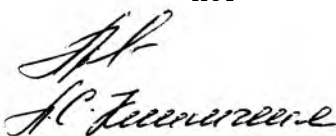
Письменная форма диагностики:

- 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)
Коммерция в цифровой экономике	Коммерческой деятельности и рынка недвижимости	нет 	Программа рекомендована к утверждению на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол № 9 от 09.03.2023 г.)

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

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли и услуг (протокол №__ от __.__. 202_ г.)

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)