

УЧЕБНО-ПРОГРАММНАЯ ДОКУМЕНТАЦИЯ

Учреждение образования “Белорусский государственный экономический университет”

УТВЕРЖДАЮ

Ректор учреждения образования
“Белорусский государственный
экономический университет”

_____ А.В.Егоров

“_____” _____ 20__ г.

Регистрационный № УД _____/уч.

ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ТОРГОВОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА

Учебная программа учреждения высшего образования по учебной дисциплине
для специальности 7-06-0413-01 Коммерция
Профилизация Коммерция на рынке ресторанного бизнеса

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).

СОСТАВИТЕЛИ:

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., 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 № 9 от 09.03.2023г);

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

(протокол № ____ от _____)

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, 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 формирования, 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 (профилизации «Коммерция на потребительском рынке», профилизации «Коммерция на рынке ресторанных услуг») 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.

Формы текущей аттестации – экзамен, 3 зачетных единицы.

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 в ресторанном бизнесе»

Специальность 1-25 80 09 Коммерция Профилизация Коммерция на рынке ресторанного бизнеса
(дневная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	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 в ресторанном бизнесе»

Специальность 1-25 80 09 Коммерция Профилизация Коммерция на рынке ресторанного бизнеса

(заочная форма получения образования)

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов						Иное	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 «Информационное обеспечение функционирования объектов 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 зачету.

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)
			Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры экономики торговли и услуг (протокол № 9 от 09.03.2023 г.)

ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ УВО
на 2022/2023 учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
экономики торговли и услуг (протокол № 9 от 09.03. 2023г.)

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)