

## АННОТАЦИЯ

рабочей программы учебной дисциплины ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЦЕН

Направление подготовки бакалавров 38.03.06 – «Торговое дело»

Профиль подготовки «Коммерция»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<p><b>Цель изучения дисциплины</b></p>	<p>закключается в изучении экономически обоснованной методики установления цен, ценовой политики с целью принятия компетентных решений в области ценообразования на микро- и макроуровне, с учетом конкретных ситуаций на товарных рынках, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений.</p>
<p><b>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</b></p>	<p>1 Методологические основы планирования и прогнозирования                  2 Теоретические основы ценообразования                  3 Система и виды цен                  4 Рыночные методы ценообразования                  5 Методы прогнозирования и планирования цен. Методы определения цен на основе издержек производства. Индексный метод.                  6 Методы прогнозирования и планирования цен. Параметрические и экспертные методы определения цен. Статистическая теория игр                  7 Планирование и прогнозирование цен на предприятии. Ценовая политика и стратегия фирмы                  8 Планирование и прогнозирование цен во внешнеэкономической деятельности                  9 Прогнозирование цен на макроэкономическом уровне. Государственное регулирование цен</p>
<p><b>Пререквизиты дисциплины</b></p>	<p>«Экономическая теория»                  «Экономика организации»                  «Маркетинг»                  «Статистика»</p>
<p><b>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</b></p>	<p>ОК-2: способностью использовать основы экономических знаний при оценке эффективности результатов деятельности в различных сферах;                  ПК-3: готовностью к выявлению и удовлетворению потребностей покупателей товаров, их формированию с помощью маркетинговых коммуникаций, способностью изучать и прогнозировать спрос потребителей, анализировать маркетинговую информацию, конъюнктуру товарного рынка;                  ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации.</p>
<p><b>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</b></p>	<p><b>ОК-2:</b>                  Знать:                  - теоретические основы ценообразования; содержание основных методов ценообразования;                  - специфические характеристики ценообразования на различных</p>

	<p>рынках;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической практике расчета и обоснования цен на товары;</li> <li>- виды себестоимости продукции и возможности ее снижения с учетом развития производства;</li> <li>- структуру и анализ себестоимости товаров;</li> <li>- виды цен, используемые в теории и практике ценообразования</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- провести статистические исследования динамики цен;</li> <li>- осуществить анализ безубыточности ценовых решений;</li> <li>- рассчитать различные виды цен известными методами</li> </ul> <p>Владеть</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками самостоятельного применения теоретических основ;</li> <li>- навыками анализа и оценки структуры цен</li> </ul> <p><b>ПК-3:</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- маркетинговые подходы к ценообразованию;</li> <li>- влияние цены на потребительский спрос</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- искать информацию, необходимую для анализа конъюнктуры рынка и динамики цен;</li> <li>- провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы;</li> <li>- оценить эластичность спроса</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками анализа маркетинговой информации</li> </ul> <p><b>ПК-9:</b></p> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- закономерности формирования стратегии и тактики ценообразования</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- навыками разработки ценовой политики для товаров и услуг</li> </ul>
<b>Используемые инструментальные и программные средства:</b>	Пакет MS-Office, презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет и электронной информационно-образовательной среде университета, электронные рассылки по E-mail
<b>Формы текущего контроля:</b>	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, эссе, кейсы), деловые игры, рейтинг-контроль
<b>Форма промежуточного контроля знаний:</b>	Экзамен

Составитель аннотации,  
специалист по УМР кафедры КиГ

 Е.В.Кашицина

Заведующий кафедрой КиГ

 О.Б.Яресь

Председатель учебно-методической комиссии  
направления 38.03.06

 О.П.Полоцкая

24.08.2019