

АННОТАЦИЯ

учебной дисциплины ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В ГОСТИНИЧНОМ БИЗНЕСЕ

Направление подготовки бакалавров 43.03.03 – «Гостиничное дело»

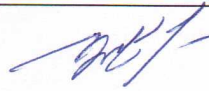
Профиль подготовки «Гостиничная деятельность»

Кафедра коммерции и гостеприимства

<p>Цель изучения дисциплины</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 и рынках услуг, последовательной их реализации для эффективного функционирования предприятий в условиях рыночных отношений</p>
<p>Краткая характеристика учебной дисциплины (основные блоки, темы)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Предмет и задачи дисциплины. Теоретические основы ценообразования 2. Ценообразование в условиях рыночной экономики 3. Система и виды цен 4. Методология ценообразования на предприятии 5. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности 6. Регулирование цен в условиях рыночной экономики
<p>Компетенции, формируемые в результате освоения учебной дисциплины</p>	<p>ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; ПК-3: владение навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения</p>
<p>Наименование дисциплин, необходимых для освоения данной учебной дисциплины</p>	<p>«Экономика» «Экономика гостиничного предприятия» «Маркетинг гостиничного предприятия» «Учет и анализ в гостиничном деле»</p>
<p>Знания, умения, навыки, получаемые в процессе изучения дисциплины:</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ теоретические основы ценообразования; содержание основных методов ценообразования (ОК-3); ▪ специфические характеристики ценообразования на различных рынках (ОК-3); ▪ закономерности формирования стратегии и тактики ценообразования; ▪ основные категории, понятия и показатели, используемые в экономической практике расчета и обоснования цен на товары (ОК-3); ▪ виды себестоимости продукции и возможности ее снижения с учетом развития производства (ПК-3); ▪ структуру и анализ себестоимости товаров (ПК-3); ▪ виды цен, используемые в теории и практике ценообразования (ОК-3) <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ анализировать конъюнктуру рынка по системе показателей; ▪ искать информацию, необходимую для анализа конъюнктуры рынка и динамики цен (ОК-3); ▪ провести маркетинговые исследования рынка с целью оценки реакции покупателей на цены, их изменение и выделить основные ценообразующие факторы; ▪ оценить эластичность спроса (ОК-3); ▪ обосновать целесообразность применения известных стратегий и

	<p>тактических приемов ценообразования;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ провести статистические исследования динамики цен (ОК-3); ▪ осуществить анализ безубыточности ценовых решений (ПК-3); <p>рассчитать различные виды цен известными методами (ОК-3);</p> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ навыками самостоятельного применения теоретических основ (ОК-3); ▪ навыками анализа и оценки структуры цен (ПК-3); <p>использования нормативно-правовой базы, регламентирующей ценообразование.</p>
Используемые инструментальные и программные средства:	Презентации (Power Point), электронные учебные материалы в сети Интернет, электронные рассылки по E-mail
Формы текущего контроля:	Контрольные работы, самостоятельные задания (в т.ч. домашние задания, эссе, кейсы), деловые игры, тесты
Форма промежуточного контроля знаний:	экзамен

Составитель аннотации



И.Ф. Жуковская

Заведующий кафедрой КиГ



О.Б. Ярьес

Председатель учебно-методической комиссии
направления 43.03.03




О.П. Полоцкая