

РУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
ИМЕНИ В.П.ЧЕРНОВА
РИУ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

для направления
«Менеджмент»
(наименование направления)

«УТВЕРЖДАЮ»

Проректор по учебной



работе И.В.Щербакова

Программа одобрена на заседании Ученого совета факультета управления
от 14. 01. 2011 г., протокол № 1.

Москва, 2011

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Данная программа определяет структуру и содержание учебной дисциплины «Ценообразование».

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование» предназначена для реализации государственных требований к минимуму содержания и уровню подготовки бакалавров по направлению «Менеджмент».

Целью изучения дисциплины является формирование у будущих бакалавров менеджмента представления о месте ценообразования в сфере общественного производства, принципы государственного регулирования цен; приобретение практических навыков в области ценовой политики корпоративных структур.

Основные задачи изучения учебной дисциплины Ценообразование:

- Изучить основы ценообразования в рыночной экономике, теоретические аспекты ценообразования;
- Овладеть методами и методикой ценообразования;
- Изучить методику ценовых стратегий предприятия, определения понятий и функций цены в современной рыночной экономике;
- Уметь рассчитывать цену на новую продукцию различными методами;
- Применять полученные знания и умения в современной реальности и в практической деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Данная учебная дисциплина относится к вариативной части дисциплин профессионального цикла (БЗ.В.ОД.4) и изучается на 4 курсе.

Знание методов, методик, приёмов, тактик и стратегий ценообразования способствует совершенствованию экономических навыков студентов, которые помогут ему в дальнейшей профессиональной деятельности.

Формирование рыночных отношений в отечественной экономике предъявляет новые требования к ценообразованию. Поэтому успешное использование рыночных методов ценообразования требует изучения его теоретических основ, развития практических навыков и познание особенностей развития экономики России в современных условиях.

К бакалавру менеджмента в настоящее время предъявляются повышенные требования высокого профессионализма в смысле глубокого понимания принципов ценообразования.

Для изучения данной дисциплины студент должен знать основы маркетинга, менеджмента, экономику предприятия, социальное и экономическое прогнозирование, математику, статистику пр.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при изучении широкого спектра профессиональных дисциплин.

3. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций (согласно ФГОС ВПО):

- умеет логически верно, аргументированно и ясно строить устную и письменную речь (ОК-6);
- умеет использовать нормативные правовые документы в своей деятельности (ОК-9);
- способен анализировать социальнозначимые проблемы и процессы (ОК-13);
- владеет основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-17);
- способен работать с информацией в глобальных компьютерных сетях и корпоративных информационных системах (ОК-18);
- способен использовать основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала (ПК-11);
- способен оценивать влияние инвестиционных решений и решений по финансированию на рост ценности (стоимости) компании (ПК-12);
- способен к экономическому образу мышления (ПК-26);
- способен анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса (ПК-29);
- знает экономические основы поведения организаций, имеет представление о различных структурах рынков и способен проводить анализ конкурентной среды отрасли (ПК-30);
- способен анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения (ПК-40);

- способен проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты для принятия управленческих решений (ПК-42);
- способен проводить оценку инвестиционных проектов при различных условиях инвестирования и финансирования (ПК-43);
- способен обосновывать решения в сфере управления оборотным капиталом и выбора источников финансирования (ПК-44);
- способен оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности (ПК-50).

В процессе изучения дисциплины студенты должны:

иметь представление:

- о концепции и инструментарию в области политики цен и ценообразования;
- об основных тенденциях развития мировой и отечественной системы ценообразования.

знать:

- теоретические основы ценообразования;
- методы и стратегии ценовой политики;
- формы и методики расчета цен и адаптации ценовой политики к условиям рынка.

уметь:

- ориентироваться в выборе обоснованной ценовой стратегии, тактике и правильной методики установления цен на рынках конкретных товаров и услуг;
- определять цены и соответствующие надбавки к ним с учетом различных ценообразующих факторов;
- решать конкретные вопросы ценообразования в практической деятельности.

владеть:

- понятийным аппаратом и методологией современной системы ценообразования;
- методологическими основами расчета цен.

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Рабочая программа рассчитана на 180 часов (5 зачетных единицы). Из них 160 часов отводится на самостоятельную работу студента и 20 часов на лекции и практические занятия.

Тематический план изучения дисциплины (курс 4)

Наименование разделов и тем	Учебная нагрузка студента				
	Максимальная	Самостоятельная	Обязат. при заочной форме обучения		
			Всего	В том числе	
				Обзорно-установочные занятия	Лаб.раб. практ. занятия
<i>Тема 1. Основы рыночного ценообразования</i>	20	18	2	2	-
<i>Тема 2. Методология рыночного ценообразования</i>	20	18	2	1	1
<i>Тема 3. Методологические особенности ценообразования в России</i>	20	17	3	2	1
<i>Тема 4. Формирование свободных цен</i>	20	17	3	2	1
<i>Тема 5. Особенности ценообразования на импортные товары</i>	20	20	-	-	-
<i>Тема 6. Регулирование цен</i>	20	17	3	1	2
<i>Тема 7. Отраслевое ценообразование</i>	20	17	3	2	1
<i>Тема 8. Состав и структура цены</i>	20	18	2	2	-
<i>Тема 9. Ценообразование на мировом товарном рынке</i>	20	18	2	1	1
Общая трудоемкость	180	160	20	13	7
Зачетная единица	5				

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Основы рыночного ценообразования

Роль цены в условиях рынка. Трактовка теории цены различными школами.

Понятие и сущность цены. Цена и стоимость. Определение стоимости. Стоимость, спрос и предложение. Стоимость и полезность товара. Взаимодействие цены, стоимости, спроса и предложения. Функции цен.

Ценообразующие факторы. Фактор спроса и предложения. Ценовая эластичность спроса и предложения. Издержки производства и их роль в формировании цены. Структура издержек. Виды издержек: постоянные и переменные; прямые и косвенные и т.д. Качество и потребительские свойства товара как ценообразующий фактор. Конкуренция и ее влияние на цены.

Тема 2. Методология рыночного ценообразования

Ценовая политика, ее цели. Методы установления цен (с ориентацией: на издержки производства, на безубыточность, на спрос, на уровень конкуренции). Характеристика каждого из методов ценообразования, их преимущества и недостатки.

Стратегии ценообразования и их классификация. Определение стратегии ценообразования. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии (тип товара, его жизненный цикл, текущие условия на локальном рынке и т.д.).

Основные типовые ценовые стратегии. Установление цен выше, чем у конкурентов («премиальное ценообразование», «снятие сливок»); установление цен на уровне цен конкурентов (стратегия нейтрального ценообразования, «адаптационная»); установление цен ниже, чем у конкурентов (стратегия ценового прорыва, пониженных цен, постепенного проникновения на рынок). Оценка рыночных условий, при которых могут быть рекомендованы эти стратегии.

Ценовые стратегии, как корректирующий механизм цен (ценообразование в рамках товарного ассортимента; «дискриминационные цены»; географическое ценообразование; «психологическое» ценообразование; ценообразование для стимулирования сбыта; система скидок и зачетов и т.д.).

Этапы разработки ценовой стратегии. Сбор исходной информации и ее значение для принятия решений по ценам. Стратегический анализ (финансовый анализ; сегментный анализ рынка; анализ конкуренции). Формирование ценовой стратегии, являющейся частью общей стратегии развития предприятия.

Тема 3. Методологические особенности ценообразования в России

Себестоимость продукции, ее сущность и значение для ценообразования. Классификация затрат по статьям калькуляции. Характеристика статей калькуляции. Прямые и косвенные расходы. Порядок определения косвенных расходов. Расходы, включаемые в себестоимость продукции по установленным нормативам.

Чистый доход и его отражение в цене. Прибыль и косвенные налоги (акцизы, налог на добавленную стоимость, налог с продаж) как элементы цены товара (услуги). Порядок их расчета при установлении цен. Показатели рентабельности, применяемые при установлении цен.

Виды цен и их классификация.

Тема 4. Формирование свободных цен

Свободные цены и их роль в формировании рыночных отношений. Свободные (рыночные) закупочные цены, свободные оптовые (отпускные) цены на продукцию отечественного производства. Порядок их установления, применения и фиксирования. Структура этих цен.

Монопольные цены: монопольно высокие и монопольно низкие. Сущность этих цен. Роль антимонопольных органов в выявлении этих цен, ограничении, пресечении монополистической деятельности и недобросовестной конкуренции. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования.

Особенности формирования свободных цен внутреннего рынка на биржах, торгах, аукционах.

Снабженческо-сбытовые, оптовые и торговые надбавки, их структура, порядок установления, применения и фиксирования.

Свободные розничные цены, порядок их установления, применения и фиксирования. Структура свободных розничных цен на отечественные товары в зависимости от стадий товародвижения (прямые

связи между производителем и розничной торговлей; поставка товаров через заготовительные, оптовые, снабженческо-сбытовые предприятия, а также посредников, участвующих и не участвующих в расчетах).

Тема 5. Особенности ценообразования на импортные товары

Место цен на импортные товары в общей системе ценообразования, их значение в формировании внутреннего рынка продукции производственно-технического назначения и товаров народного потребления.

Таможенная стоимость - база формирования цен на импортные товары. Методы определения таможенной стоимости (по цене сделки с ввозимыми товарами, по цене сделки с идентичными товарами, по цене сделки с однородными товарами, метод вычитания стоимости, метод сложения стоимости, резервный метод). Порядок применения указанных методов. Виды контроля за таможенной стоимостью.

Роль валютного курса в формировании внутренних цен на импортные товары.

Налог на добавленную стоимость, акцизы, таможенная пошлина, сборы за таможенное оформление и т.д. - как элементы цены импортного товара. Порядок их расчета при установлении цен на импортные товары.

Порядок определения цен на импортные товары. Цены на импортные товары, закупаемые за счет централизованных валютных средств. Расчетные и свободные отпускные цены на импортные товары, порядок определения и их структура.

Цены на импортные товары, закупаемые предприятиями и организациями за счет собственных валютных средств. Порядок определения расчетных и свободных отпускных цен, их структура в зависимости от различных факторов (порядок налогообложения при таможенном оформлении товаров, звеньев товародвижения и т.д.).

Формирование розничных цен на импортные товары.

Тема 6. Регулирование цен

Сущность и методы регулирования цен. Социальная направленность регулируемых цен. Методы административного регулирования цен. Органы, осуществляющие регулирование цен.

Регулирование цен на продукцию и услуги естественных монополий. Сфера деятельности субъектов естественных монополий. Ценовые методы регулирования деятельности естественных монополий. Ответственность субъектов естественных монополий за нарушение государственной дисциплины цен.

Перечень продукции и услуг производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, на которые регулируются цены со стороны Правительства России, федеральных органов исполнительной власти и органов исполнительной власти субъектов Федерации.

Регулирование снабженческо-сбытовых, оптовых, торговых надбавок и наценок.

Роль местных органов самоуправления в регулировании цен на отдельные виды товаров и услуг социальной значимости.

Тема 7. Отраслевое ценообразование

Ценообразование на продукцию общественного питания. Ценообразование на продукцию топливно-энергетического комплекса. Формирование тарифов на электроэнергию. Ценообразование в сельском хозяйстве. Ценообразование на лекарственные средства и медицинские услуги. Тарифы на бытовые коммунальные услуги, услуги связи. Ценообразование на строительную продукцию. Формирование тарифов на транспортные услуги (жд, водный, автомобильный).

Тема 8. Состав и структура цены

Состав и структура цены. Группировка цен по стадиям ценообразования. Классификация расходов, включаемых в стоимость товаров и услуг. Формирование цены по стадиям ценообразования

Тема 9 Ценообразование на мировом товарном рынке

Мировой товарный рынок и его признаки. Особенности формирования мировых (внешнеторговых) цен. Требования, предъявляемые к мировым ценам.

Определение мировой цены. Интернациональная стоимость и мировая цена, их сущность и взаимосвязь. Факторы, влияющие на формирование мировых цен.

Цены мирового рынка - база для определения цен на товары экспортного и импортного контракта.

Источники информации о мировых ценах. Виды мировых цен, специфика их формирования. Справочные цены; цены прейскурантов, каталогов, проспектов; цены предложений; цены торгов; цены международных товарных аукционов; цены биржевой торговли; расчетные цены; цены фактических сделок. Влияние на уровень цены фактической сделки базисных условий поставки (обязанности сторон по

доставке товаров, оформление таможенных формальностей, момент перехода рисков в процессе доставки товаров). Скидки на уторговывание, их виды. Фиксирование цен фактических сделок в контракте.

5.2. ОСНОВНАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Липсиц И.В. Ценообразование: учебно-практическое пособие. – М. Юрайт, 2012
2. Бишток Ф.И. Ценообразование: учеб. пособие, серия: Вопрос-ответ. М.: ИНФРА-М, 2008.
3. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебное пособие. – М. Юрайт, 2011
4. Есипов В.Е. Цены и ценообразование: учебник для вузов. М.: Питер, 2009.
5. Марсипов Н.А. Цены и ценообразование в рыночной экономике: учеб. пособие. М., 2010.

5.3 ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Амосов А.И. Ценообразование и социально-экономическая политика в России // Экономика и матем. методы. - 2005.
2. Афанасьева М.В. Качество экономики и отраслевые цены // Микроэкономика. – 2009
3. Вальтух К.К. Краткосрочная динамика отраслевых цен: теория, исслед. систем. статистики. - М.: Янус-К, 2007
4. Васильева М.В. Проблемы и пути оптимизации ценообразования на оптовом рынке электроэнергии с учетом экономических интересов субъектов рынка / М.В.Васильева, А.В.Крупский // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. - 2011
5. Гафарова Г.Р. О правовом регулировании ценообразования // Финанс. право. - 2011. - N 6.
6. Герасименко В.В. Управление ценовой политикой компании: учебник. - М.: Eksmo education: Эксмо, 2006 (Полный курс МВА).

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

- компьютеры с доступом в Интернет;
- доступ к поисковым системам.

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебно-методический комплекс по дисциплине «Ценообразование», составленный в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом и основной образовательной программой института по направлению «менеджмент», включает в себя пособие (в объеме 108 часов), комплект контрольных заданий, которые дают целостную систему знаний, обеспечивая их глубину и прочность.

Курс «Ценообразование» занимает важное место в подготовке бакалавров, т.к. теоретические знания и практические навыки в области ценообразования способствуют повышению уровня компетенции, предлагают выбор грамотного решения с учетом специфики товарных рынков.

Обучение по данному курсу основывается на принципах сознательности, активности, наглядности, систематичности, последовательности, прочности, научности, доступности и связи теории с практикой.

Изучение материала ведется в форме, доступной пониманию студентов, соблюдается единство терминологии и обозначений. При изучении данного курса студенты приобретут предусмотренный программой объем знаний.

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет самостоятельной работы студентов путем знакомства с дополнительными источниками, нормативными актами и дополнительной научной литературой по проблематике дисциплины. Особое внимание уделено ее прикладному характеру, развитию навыков самостоятельного применения теоретических знаний в практической деятельности.

При изучении дисциплины необходимо постоянно обращать внимание на ее прикладной характер, показывать, где и когда изученные теоретические положения и практические навыки могут быть использованы в практической деятельности.

Промежуточный контроль знаний студентов осуществляется путем тестирования (два вида тестовых заданий по дисциплине содержат 108 и 90 вопросов соответственно), позволяющего определить уровень теоретических знаний студентов по каждому разделу изучаемой дисциплины. Выполнение контрольной работы способствует систематизации знаний, в том числе конкретизации, сравнению и обобщению фактического материала в соответствии с поставленным заданием.

Разработчик: Напеева Е.К., ст. преподаватель РИУ

Рецензент: к.э.н. доцент Арефьев В.А., доцент РИУ

Утверждение рабочей программы учебной дисциплины

Уполномоченный орган (должностное лицо)	Дата принятия решения	№ документа
Ученый совет факультета управления	14.01.2011	Протокол № 1

Внесение изменений в рабочую программу учебной дисциплины

Уполномоченный орган (должностное лицо)	Дата принятия решения	№ документа
Ученый совет факультета управления	26.01.2012	Протокол № 1
Ученый совет факультета управления	17.01.2013	Протокол № 1
Ученый совет факультета управления	16.01.2014	Протокол № 1