

## АННОТАЦИЯ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ «Ценообразование на предприятиях малого бизнеса»

по основной профессиональной образовательной программе по направлению подготовки  
38.03.02 «Менеджмент» (уровень прикладного бакалавриата)

**Направленность (профиль):** Управление малым бизнесом

**Общий объем дисциплины** – 3 з.е. (108 часов)

**Форма промежуточной аттестации** – Зачет.

**В результате освоения дисциплины обучающийся должен обладать следующими компетенциями:**

- ОК-3: способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах деятельности;
- ОПК-6: владением методами принятия решений в управлении операционной (производственной) деятельностью организаций;
- ПК-9: способностью оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли;

**Содержание дисциплины:**

Дисциплина «Ценообразование на предприятиях малого бизнеса» включает в себя следующие разделы:

**Форма обучения заочная. Семестр 7.**

**1. Сущность ценообразования, система цен и их классификация.** Цена и ценообразование как инструмент экономики. Использование основ экономических знаний в ценообразовании. Роль цены в условиях рынка. Основные условия рыночного ценообразования. Методы принятия решений о методе ценообразования в управлении производственной деятельностью организации. Принципы дифференциации цен. Виды цен. Структура цены..

**2. Методология ценообразования.** Принципы ценообразования. Ценообразование на различных типах рынков. Ценообразующие факторы макроэкономической среды и их влияние на функционирование организаций. Поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли. Анализ цен и товаров конкурентов. Этапы ценообразования. Выбор метода ценообразования в зависимости от типа рынка и конкурентной среды отрасли. Установление окончательной цены на товар. Затратные методы ценообразования. Ценообразование с ориентацией на рынок. Нормативно-параметрические методы ценообразования..

**3. Стратегия и тактика ценообразования..** Анализ рыночных и специфических рисков, анализ поведения потребителей экономических благ с целью формирования на этой основе ценовой стратегии фирмы. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Базовые стратегии ценообразования и последствия их реализации. Ценообразование и жизненный цикл товара. Условия принятия ценовых решений при выводе на рынок новых товаров. Ценовые стратегии фирм, продающих товары на растущих рынках. Управление ценами в фазе зрелости товара. Формирование цен в фазе сжатия рынка..

**4. Государственное регулирование цен.** Цель и задачи государственного регулирования цен. Цена и ценообразование в Гражданском кодексе РФ. Принципы определения цены для целей налогообложения. Формы и методы воздействия государства на цены. Регулирование цен в зарубежных странах..

Разработал:

доцент

кафедры М

Проверил:

Е.С. Пермякова

