

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.08.2021 17:38:27

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Методы ценообразования в коммерции

Закреплена за кафедрой **Коммерция и логистика**

Учебный план 38.03.06.01_1.plx

Форма обучения **очная**

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр р на курсе>)	8 (4.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	10			
Вид занятий	уп	рпд	уп	рпд
Лекции	40	40	40	40
Практические	40	40	40	40
В том числе инт.	38	38	38	38
Итого ауд.	80	80	80	80
Контактная	80	80	80	80
Сам. работа	64	64	64	64
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины: является ознакомление студентов с теоретическими основами ценообразования, с методами формирования цен на товары и услуги, формирование умения анализировать информацию, используемую для определения цен и принятия управленческих решений.
1.2	Задачи: участие в обеспечении товародвижения, его учете, минимизации издержек обращения, в том числе товарных потерь; сбор, хранение, обработка, анализ и оценка информации, необходимой для организации и управления коммерческой, маркетинговой, рекламной, логистической и товароведной деятельностью; выбор и реализация стратегии ценообразования; участие в реализации проектов в области коммерции, маркетинга, рекламы, логистики и товароведения.

2. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-2: способностью применять основные методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем

Знать:

содержание математического анализа, используемого в ценообразовании

Уметь:

применять формулы используемые при проведении математического анализа

Владеть:

формулами используемыми при проведении математического анализа

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

Знать:

методические материалы, регламентирующие порядок определения оптовых и розничных цен на товары и тарифов на услуги

Уметь:

устанавливать основные ценообразующие факторы, влияющие на цены товаров и услуг, выявлять цены аналогичных товаров

Владеть:
методами сбора и обработки информации, влияющих на ценообразование
ПК-5: способностью управлять персоналом организации (предприятия), готовностью к организационно-управленческой работе с малыми коллективами
Знать:
Современные методы и способы организации учета доходов, ресурсов, затрат хозяйствующих субъектов в целях формирования информации для управления их деятельностью; основы построения системы сбора, обработки, подготовки и предоставления информации для расчета и анализа современной системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов по центрам ответственности, уровням управления и сегментам бизнеса
Уметь:
калькулировать себестоимость продукции (работ, услуг) различными методами и составлять смету затрат; – анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и кадровую информацию, содержащуюся во всех видах отчетности, включая внутреннюю, для использования при принятии управленческих решений
Владеть:
навыками системного подхода к анализу организации как открытой системы; навыками поиска, обработки и анализа информации из различных источников, а также систематизации и представления полученной информации в виде отчета по практике;
ПК-9: готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации
Знать:
основное содержание стратегии организации
Уметь:
обосновывать роль и значение стратегии организации
Владеть:
приемами анализа экономических явлений и процессов для формирования стратегии организации