

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Макаренко Елена Николаевна

Должность: Ректор

Дата подписания: 04.08.2021 17:40:03

Уникальный программный ключ:

c098bc0c1041cb2a4cf926cf171d6715d99a6ae00adc8e27b55cbe1e2dbd7c78

Методы ценообразования в коммерции

Закреплена за кафедрой **Коммерция и логистика**

Учебный план z38.03.06.01_1.plx

Форма обучения **заочная**

Распределение часов дисциплины по курсам

Курс	4		Итого	
	уп	рпд		
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	12	12	12	12
Контактная	12	12	12	12
Сам. работа	159	159	159	159
Часы на контроль	9	9	9	9
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