

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

ГОУ ВПО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина



Ценообразование аннотация дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Экономики и управления на предприятии
Учебный план	b380301_22_3 э _зуп.plx Направление 38.03.01 - РФ, 580100 - КР Экономика Профиль "Экономика и управление предприятием"
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	очная

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.&b><Семестр на курсе>)	6 (3.2)		Итого	
Недель	16			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	32	32	32	32
Практические	32	32	32	32
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	6	6	6	6
В том числе в форме практ.подготовки	2		2	
Итого ауд.	64	64	64	64
Контактная работа	64,3	64,3	64,3	64,3
Сам. работа	80	80	80	80
Часы на контроль	35,7	35,7	35,7	35,7
Итого	180	180	180	180

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1	Цели освоения дисциплины заключаются в формировании у студентов целостного понимания теоретических и практических аспектов ценообразования, а также развитии навыков разработки и внедрения эффективных ценовых стратегий в условиях конкуренции, экономической нестабильности и глобализации; освоении методов анализа и принятия ценовых решений, умении учитывать рыночные, экономические и социальные факторы, а также применять инновационные подходы для устойчивого развития предприятий.
-----	--

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Цикл (раздел) ООП:		Б1.В.ДВ.03
2.1	Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
2.1.1	Макроэкономика	
2.1.2	Линейная алгебра	
2.1.3	Маркетинг	
2.1.4	Экономика и управление предприятием	
2.1.5	Информационные технологии в экономике	
2.1.6	Эконометрика	
2.1.7	Общая экономика	
2.1.8	Финансы	
2.2	Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
2.2.1	Управление госзакупками на предприятии	
2.2.2	Управление инновационными процессами	
2.2.3	Основы логистики	
2.2.4	Управление цепями поставок	
2.2.5	Производственная технологическая (проектно-технологическая) практика	
2.2.6	Управление экспортными и импортными операциями на предприятии	
2.2.7	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена	
2.2.8	Выполнение и защита выпускной квалификационной работы	

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**ПК-4: Способен рассчитать и проанализировать экономические показатели результатов деятельности предприятия**

Знать:	
Уровень 1	нормативные правовые акты, регулирующие финансово-хозяйственную деятельность предприятия
Уметь:	
Уровень 1	рассчитать и проанализировать экономические показатели результатов деятельности предприятия для принятия управленческих решений
Владеть:	
Уровень 1	методикой и практическими навыками экономического анализа

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	Знать:
– основные принципы и подходы к ценообразованию, методы расчета цен, включая использование издержек и маржи, а также влияние рыночных условий на процесс ценообразования. – методы разработки ценовых стратегий для новых продуктов, включая применение ценовой дифференциации и установление цен в условиях жесткой конкуренции. – принципы и методы анализа эластичности спроса, а также методы корректировки цен в зависимости от сезонных и рыночных изменений. – особенности ценообразования в различных отраслях, включая услуги, розничную торговлю и международные рынки. – современные подходы и тенденции в ценообразовании, включая использование аналитики больших данных, динамическое ценообразование, а также влияние экологических и социальных факторов на ценовую политику. – инновационные методы и тренды в ценообразовании, включая примеры успешных реализаций	

3.2	Уметь:
– определять цену на новый продукт, используя различные подходы и инструменты, а также проводить расчет цен на основе издержек и маржи, учитывая влияние рыночных условий на формирование цен. – разрабатывать ценовые стратегии для нового продукта, учитывать необходимость применения ценовой дифференциации на различных сегментах рынка, а также устанавливать конкурентоспособные цены в условиях жесткой конкуренции. – применять анализ эластичности спроса для оптимизации цен, разрабатывать и реализовывать методы корректировки цен с учетом сезонных и рыночных изменений, а также эффективно внедрять политику скидок и акций. – анализировать специфику ценообразования в различных отраслях, включая подходы к ценообразованию на услуги, в розничной торговле, а также учитывать особенности ценообразования на международных рынках. – использовать современные подходы и тенденции в ценообразовании, включая влияние больших данных и аналитики на процесс ценообразования, применение динамического ценообразования в онлайн-продажах, а также учитывать экологические и социальные факторы при формировании ценовой политики компании. – интегрировать инновации в ценообразование и использовать современные тренды для повышения эффективности ценовых стратегий и устойчивости бизнеса на рынке.	
3.3	Владеть:
– навыки и опыт оценки и расчета цены на новый продукт, включая применение методов для определения цены с учетом рыночных условий, издержек, спроса и конкуренции, а также разработку ценовых стратегий для новых товаров и услуг. – навыки и опыт анализа рыночных факторов и ценообразования в условиях конкуренции, включая способность анализировать рыночные условия, конкурентную среду и внутренние издержки для оптимизации цен и разработки стратегий в условиях высокой конкуренции. – навыки и опыт управления ценами в динамичных условиях, включая корректировку цен в зависимости от сезонных изменений, рыночных условий, применение политики скидок и акций, а также использование динамического ценообразования в онлайн-продажах. – навыки и опыт ценообразования в различных отраслях и на международных рынках, включая знание специфики ценообразования в различных отраслях, таких как услуги и розничная торговля, а также умение адаптировать ценовые стратегии для международных рынков. – навыки и опыт использования современных технологий и подходов в ценообразовании, включая применение аналитики больших данных, динамического ценообразования и учет экологических факторов для улучшения ценовой политики и повышения конкурентоспособности предприятия.	