

Министерство образования и науки РФ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«СИБИРСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой  
Торгового дела и маркетинга

*наименование кафедры*

Ю. Ю. Сулова

*подпись, инициалы, фамилия*

« 27 » июня 20 18 г.

Торгово-экономический

*институт, реализующий ОП ВО*

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой  
Торгового дела и маркетинга

*наименование кафедры*

Ю.Ю. Сулова

*подпись, инициалы, фамилия*

« 27 » июня 20 18 г.

Торгово-экономический

*институт, реализующий дисциплину*

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ  
ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА**

Дисциплина Б1.В.ДВ.11.1 Ценовая политика

*индекс и наименование дисциплины (на русском и иностранном языке при реализации на иностранном языке) в соответствии с ФГОС ВО и учебным планом*

Направление подготовки/специальность 38.03.06 Торговое дело

*код и наименование направления подготовки/специальности*

Направленность (профиль) 38.03.06.01 Коммерция

*код и наименование направленности (профиля)*

форма обучения очная

год набора 2018

Красноярск 2018

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по укрупненной группе

38.00.00 Экономика и управление

*код и наименование укрупненной группы*

Направления подготовки /специальность (профиль/специализация)

38.03.06 Торговое дело

38.03.06.01 «Коммерция»

*код и наименование направления подготовки (профиля)*

Программу составили Веремеенко О.С.

*инициалы, фамилия, подпись*

*инициалы, фамилия, подпись*

# 1 Цели и задачи изучения дисциплины

## 1.1 Цель преподавания дисциплины.

Целью дисциплины является изучение экономически обоснованной ценовой политики предприятий, учитывающей факторы внешней и внутренней среды, ценовых стратегий и их последовательной реализации для обеспечения эффективного функционирования предприятия в условиях рыночной экономики.

## 1.2 Задачи изучения дисциплины.

Задачей изучения курса «Ценовая политика» является усвоение теоретических знаний по дисциплине и приобретение практических навыков в области расчета цен, обоснования ценовой политики, разработки ценовых стратегий, использования различных методов расчета и обоснования цен.

Изучение дисциплины направлено на рассмотрение:

- законодательных, нормативных, методических документов по вопросам формирования цен и ценовой политики в Российской Федерации;
- видов цен, их состава и расчета;
- сущности ценовой политики, подходов к ее формированию в зависимости от типа рынка, на котором функционирует предприятие и стратегических целей его развития;
- целей ценовой политики предприятия и их взаимосвязи с рыночной ситуацией;
- роли спроса, предложения, издержек и поведения конкурентов в формировании ценовой политики;
- ценовых стратегий, их видов и этапов разработки;
- методов ценообразования и расчета цен в зависимости от поставленных целей и задач.

1.3 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования.

Виды компетенций	Планируемые результаты обучения при прохождении практики
Общепрофессиональные компетенции (ОПК)	
ОПК-3: умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего	<b>знать:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- действующий порядок и методы регулирования цен в Российской Федерации;</li><li>- законодательные, нормативные документы по вопросам формирования и регулирования цен</li></ul> <b>уметь:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>- рассчитывать элементы цены отечественных товаров и продукции в соответствии с действующим законодательством;</li><li>- принимать решения по ценообразованию предприятия с</li></ul>

законодательства и требований нормативных документов	учетом государственного регулирования цен.; <b>владеть:</b> - законодательной и нормативной базой информации по вопросам формирования цен и расчету элементов цены на продукцию и товары
<b>Дополнительные профессиональные компетенции (ДПК)</b>	
ДПК-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	<b>знать:</b> -перечень информации, необходимой для принятия решений по ценам; - сущность и типы ценовой политики организации; -этапы и подходы к формированию ценовой политики организации; - методы ценообразования, применяемые предприятием <b>уметь:</b> - оценивать эластичность спроса и учитывать ее при разработке ценовой политики; -выявлять и оценивать факторы, определяющие ценовую политику; - разрабатывать и обосновывать ценовые стратегии в зависимости от цели предприятия и ситуации на рынке; - рассчитывать цены различными методами ценообразования <b>владеть:</b> -методами и приемами сбора и анализа информации о спросе, о состоянии конъюнктуры рынка для принятия ценовых решений; - терминологией по ценообразованию; - методами расчета цен в зависимости от целей организации
ПК-9 - готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации	<b>знать:</b> -сущность и последовательность разработки стратегии ценовой политики предприятия; виды ценовых стратегий; <b>уметь:</b> -разрабатывать и оценивать ценовую стратегию предприятия; <b>владеть:</b> -методиками выбора оптимальной ценовой стратегии организации и оценки ее реализации;

1.4 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы.

Дисциплина «Ценовая политика» соответствует Государственному образовательному стандарту высшего профессионального образования направления подготовки 38.03.06 «Торговое дело» третьего поколения.

«Ценовая политика» (Б1.В.ДВ.11.1) по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» направленность (профиль) 38.03.06.01 «Коммерция» (уровень академический бакалавриат), входит в Блок 1 вариативной части дисциплин по выбору. Дисциплина базируется на знаниях, полученных при изучении предшествующих курсов: «Экономическая теория», «Статистика», «Бухгалтерский учет и анализ», «Маркетинг», «Экономика организации».

Дисциплины, для которых освоение дисциплины «Ценовая политика» необходимо как предшествующее: Регулирование и защита коммерческой деятельности, Организация коммерческой деятельности в инфраструктуре рынка, Коммерческая деятельность оптовых предприятий.

Дисциплина изучается на 5 курсе учебного процесса. Общий объем 108 часа, в т. ч. 18 часов – аудиторных занятий, 86 часов – самостоятельная работа.

### 1.5 Особенности реализации дисциплины.

Дисциплина «Ценовая политика» реализуется на русском языке.

## 1 Объем дисциплины (модуля)

Вид учебной работы	Всего, зачетных единиц (акад. часов)	Семестр
		7
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>108/3</b>	<b>108/3</b>
<b>Контактная работа с преподавателем:</b>	<b>36/1</b>	<b>36/1</b>
<i>занятия лекционного типа</i>	18/0,5	18/0,5
<i>занятия семинарского типа</i>	18/0,5	18/0,5
в том числе: семинары	10/0,28	10/0,28
практические занятия	8/0,22	8/0,22
практикумы	-	-
лабораторные работы	-	-
<i>другие виды контактной работы:</i>		
в том числе: курсовое проектирование	-	-
групповые консультации	-	-
индивидуальные консультации	-	-
иные виды внеаудиторной контактной работы	-	-
<b>Самостоятельная работа обучающихся:</b>	<b>72/2</b>	<b>72/2</b>
изучение теоретического курса (ТО) и дополнение конспектов лекций	36/1	36/1
расчетно-графические задания, задачи (РГЗ)	30/0,83	30/0,83
реферат, эссе (Р)		
доклад	2/0,06	2/0,06
КСР (рубежный контроль)	4/0,11	4/0,11
<b>Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)</b>	<b>зачет</b>	<b>зачет</b>

### 3. Содержание дисциплины (модуля)

#### 3.1. Разделы дисциплины и виды занятий (тематический план занятий)

№ п/п	Модули Темы (разделы) дисциплины	Очная форма обучения				Формируемые компетенции
		Занятия лекционного типа (акад. часы)	Занятия семинарского типа (акад. часы)		Самостоятельная работа (акад. часы)	
			Семинары	Практические		
1.	Роль цены и механизм ее формирования	6	2	4	16	ОПК-3;
2.	Ценовая политика и факторы, влияющие на ее формирование.	6	4	-	20	ДПК-3
3.	Стратегии ценообразования	4	2	-	20	ОПК-3; ДПК-3; ПК-9
4.	Методы ценообразования в рыночной экономике	2	2	4	16	ДПК-3; ПК-9
	<b>Итого</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>72</b>	

#### 3.2 Занятия лекционного типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	Роль цены и механизм ее формирования	Роль и особенности формирования цены в рыночной экономике. Значение себестоимости (издержек) в формировании цен. Виды себестоимости, характеристика и значение цеховой, производственной, полной, плановой, нормативной, фактической себестоимости. Признаки классификации расходов, входящих в себестоимость и ее значение для ценообразования. Динамика изменения себестоимости при колебании масштабов производства и продаж. Прибыль как элемент цены в сфере производства, порядок ее расчета и включения в цену. Роль косвенных налогов в формировании цены. Акцизный налог: цель введения, перечень подакцизных товаров, порядок расчета и включения в цену. Налог на добавленную стоимость: значения, порядок расчета и включения в цену в различных отраслях экономики. Оптовая (снабженческо-сбытовая) и торговая надбавки как элементы цены. Их назначение, методы расчета. Факторы, влияющие на размер надбавок, их обоснование. Взаимосвязь надбавок с доходами предприятий торговли..	6	4
2	Ценовая политика и факторы, влияющие на ее формирование.	Сущность, роль и значение ценовой политики предприятия, ее цели. Виды ценовой политики. Этапы формирования ценовой политики, их характеристика. Внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование ценовой политики. Взаимосвязь ценовой политики с характером	4	2

		ценообразования на различных типах рынка. Взаимосвязь целей ценовой политики со стратегическими целями развития предприятия. Анализ и оценка спроса как необходимое условие ценообразования: тип товаров, этапы жизненного цикла товаров, эластичность спроса, тип и психология покупателей. Влияние предложения на ценообразование. Роль издержек в обосновании ценовых решений. Анализ и оценка конкурентов: ассортимента товаров, их качества и уровня цен. Ценовая и неценовая конкуренция.		
3	Стратегии ценообразования	Ценовая стратегия: понятие, значение и условия формирования. Классификация и характеристика видов ценовых стратегий в зависимости от: уровня цен; сегментов рынка и покупателей; степени гибкости цен; продолжительности действия; уровня конкуренции; ассортимента товаров; особенностей психологии покупателей. Технология разработки ценовых стратегий: перечень, анализ и оценка информации; уточнение финансовых целей; определение потенциальных покупателей и конкурентов; стратегический анализ ситуации. Учет государственного регулирования цен при обосновании ценовых стратегий.	4	2
4	Методы ценообразования в рыночной экономике	Классификация методов расчета базовой цены. Условия использования методов ценообразования, ориентированных на затраты, их преимущества и недостатки. Характеристика методов: полных и предельных издержек, рентабельности инвестиций, дохода с оборота. Сущность и содержание анализа безубыточности и определения целевой прибыли. Характеристика, условия применения параметрических методов ценообразования: метода сравнения удельных показателей, баллового метода, метода балльных параметрических оценок, метода регрессионного анализа и агрегатного метода. Виды методов ценообразования, ориентированных на уровень конкуренции: метода текущих цен, ориентации на лидера конкуренции, тендерного метода. Особенности метода потребительских оценок. Установление окончательной цены: корректировка цен с учетом инфляционных ожиданий, виды и условия использования скидок.	4	2
	<b>ИТОГО</b>		<b>18</b>	<b>10</b>

### 3.3 Занятия семинарского типа.

№ п/п	№ раздела дисциплины	Наименование занятий	Объем в акад. часах	
			всего	в том числе в инновационной форме
1	Роль цены и механизм ее формирования	1. Роль цены и особенности ее формирования в рыночной экономике. 2. Значение себестоимости как основы цены, ее виды, методы расчета, пути снижения. 3. Прибыль и ее роль в формировании цены, порядок расчета и включения в цену, возможности обоснования рентабельности	4	2

		<p>продукции.</p> <p>4. Акцизный налог: назначение, перечень подакцизных товаров и сырья, порядок расчета и включения в цену согласно Налоговому кодексу РФ.</p> <p>5. Налог на добавленную стоимость, роль, порядок расчета и включения в цену в промышленности, оптовой и розничной торговле согласно Налоговому кодексу РФ.</p> <p>6. Оптовая надбавка: назначение, обоснование, включение в цену.</p> <p>7. Торговая надбавка: назначение, обоснование, включение в цену</p>		
2	Ценовая политика и факторы, влияющие на ее формирование.	<p>1. Понятие ценовой политики и ее виды.</p> <p>2. Характеристика внешних факторов, влияющих на формирование ценовой политики.</p> <p>3. Внутренние факторы, определяющие ценовую политику предприятия.</p> <p>4. Взаимосвязь ценовой политики с типом рынка, характеристика типов рынка и подходов к ценообразованию на них.</p> <p>5. Выбор ценовой политики в зависимости от целей развития предприятия.</p> <p>6. Оценка спроса потребителей как основа формирования ценовой политики. Особенности спроса на различные типы товара</p> <p>7. Ценообразование в процессе жизненного цикла товара.</p> <p>8. Эластичность спроса, методы ее оценки, учет при ценообразовании.</p> <p>9. Учет психологии покупателей при обосновании ценовой политики.</p> <p>10. Роль предложения и издержек в формировании ценовой политики.</p> <p>11. Анализ и оценка конкурентного окружения при формировании ценовой политики.</p>	4	2
3	Стратегии ценообразования	<p>1. Стратегия ценообразования: понятие, значение.</p> <p>2. Классификация ценовых стратегий.</p> <p>3. Виды ценовых стратегий в зависимости от: уровня цен.</p> <p>4. Виды ценовых стратегий в зависимости от сегментов рынка и покупателей.</p> <p>5. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от степени гибкости цен; продолжительности действия.</p> <p>6. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от уровня конкуренции.</p> <p>7. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от ассортимента товаров.</p> <p>8. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от особенностей психологии покупателей.</p> <p>9. Технология разработки ценовых стратегий и учет государственного регулирования цен.</p>	4	4
4	Методы ценообразования в рыночной экономике	<p>1. Классификация методов ценообразования, их обзор.</p> <p>2. Характеристик затратных методов ценообразования, их преимущества и недостатки, сфера использования.</p> <p>3. Условия использования параметрических методов ценообразования. Их характеристика</p> <p>4. Характеристика и условия применения метода</p>	6	2

		потребительской оценки 5. Возможности применения методов ценообразования, ориентированных на уровень конкуренции. 6. Факторы, учитываемые при установлении окончательной цены. Система скидок.		
	<b>ИТОГО</b>		<b>18</b>	<b>10</b>

### 3.4 Лабораторные занятия.

Учебным планом не предусмотрено.

## **4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)**

1. Методические указания по проведению практических и семинарских занятий по дисциплине «Ценовая политика» для студентов направления подготовки 38.03.06. «Торговое дело» профиль «Коммерция» всех форм обучения

2. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Ценовая политика» направления подготовки 38.03.06. «Торговое дело» профиль «Коммерция» всех форм обучения.

3. Ценовая политика фирмы. Методы ценообразования в рыночной экономике [Электронный ресурс] / Э.А. Батраева. – Электрон. дан. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2013. – 75 с.

4. Стратегии ценообразования. Текст лекции. Ценовая политика фирмы : учебно-методический комплекс [для студентов напр. подготовки 080100.68 "Экономика", магистерской программы 080100.68.08 «Экономика фирмы» ]/Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост. Э. А. Батраева. – 2013г.

5. Ценовая политика фирмы [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс [для студентов напр. подготовки 080100.68 "Экономика", магистерской программы 080100.68.08 «Экономика фирмы» ] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост. Э. А. Батраева.- Красноярск : СФУ, 2013 Режим доступа: <http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-543070541.exe>

## **5. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации**

В соответствии с учебным планом, формами контроля по дисциплине «Ценовая политика» является зачет.

Целью зачета является проверка усвоения студентами теоретического материала по темам курса.

Зачет по дисциплине может проводиться в зависимости от целесообразности и успеваемости студентов в течение учебного семестра в следующих формах:

- в письменном виде (письменный ответ студентов на поставленные преподавателем вопросы и задания);
- в форме устного собеседования по основным вопросам курса.

**Контрольные вопросы для усвоения дисциплины (для зачета):**

1. Роль и значение цены в рыночной экономике, ее особенности.
2. Роль себестоимости в формировании цены. Виды себестоимости, их характеристика.
3. Факторы, влияющие на уровень себестоимости и пути ее снижения.
4. Прибыль как элемент цены в сфере производства. Порядок ее расчета, включения в цену, обоснование рентабельности продукции.
5. Акцизный налог: назначение, ставки, перечень подакцизных товаров, порядок расчета и включения в цену.
6. Налог на добавленную стоимость: назначение, экономическое содержание, ставки, порядок расчета и включения в цену.
7. Оптовая надбавка: назначение, обоснование и порядок включения в цену.
8. Отпускная (оптовая) цена: состав, формирование, характеристика элементов.
9. Торговая надбавка: назначение, обоснование и порядок включения в цену.
10. Цена закупки оптовых организаций: ее состав, формирование, возможности обоснования.
11. Розничная цена: состав, формирование, факторы, влияющие на состав и уровень цены и возможности обоснования.
12. Ценовая политика: понятие, значение, классификация видов ценовой политики.
13. Этапы формирования ценовой политики, их характеристика. Внешние и внутренние факторы, влияющие на формирование ценовой политики.
14. Ценовая политика на различных типах рынка.
15. Цели ценовой политики предприятий.
16. Анализ и оценка спроса на товар
17. Анализ и оценка уровня конкурентного окружения предприятия.
18. Стратегия ценообразования: понятие, значение.
19. Классификация ценовых стратегий.
20. Виды ценовых стратегий в зависимости от: уровня цен.
21. Виды ценовых стратегий в зависимости от сегментов рынка и покупателей.
22. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от степени гибкости цен; продолжительности действия.
23. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от уровня конкуренции.
24. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от ассортимента товаров.

24. Характеристика ценовых стратегий в зависимости от особенностей психологии покупателей.
25. Классификация и краткая характеристика методов ценообразования, применяемых в рыночной экономике, условия их использования.
26. Характеристика метода ценообразования на основе полных издержек.
27. Возможности использования метода ценообразования на основе расчета предельных издержек.
28. Характеристика методов ценообразования на основе рентабельности инвестиций и дохода на вложенный капитал.
29. Ценообразование на основе анализа безубыточности и определения целевой прибыли: значение, содержание, особенности его осуществления в торговле.
30. Расчет цены с ориентацией на спрос: характеристика метода потребительской оценки.
31. Характеристика и условия использования методов ценообразования на основе сравнения удельных показателей, регрессионного анализа и агрегатного метода.
32. Характеристика и условия использования методов ценообразования на основе балльных параметрических оценок и баллового метода.
33. Методы установления цены на товар, ориентированные на уровень конкуренции.
34. Система скидок, применяемых при установлении окончательной цены, их виды и характеристика, учет инфляционных ожиданий.

Уровень знаний, умений и навыков студентов при проведении зачета оценивается по двубальной шкале оценками: «зачтено» и «не зачтено».

При проведении устного или письменного зачета используются следующие критерии оценивания умений, знаний и навыков студентов:

«Зачтено» содержание ответа раскрывает сущность экзаменационных вопросов, излагается без особых затруднений; правильное решение задачи, практического задания с достаточным обоснованием полученных результатов; достаточные ответы на дополнительные вопросы по программному материалу.

«Не зачтено» - ответ студента свидетельствует о фрагментарности его знаний, неумении выстроить логическую схему изложения знаний по вопросам зачета, задача решена неверно; ответы на дополнительные вопросы по программному материалу поверхностны.

В качестве *промежуточного контроля* знаний по дисциплине рекомендуется использовать:

- промежуточное тестирование по разделам дисциплины;
- задачи.

Таблица – Рекомендованные оценочные средства для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья

Категории обучающихся	Виды оценочных средств	Форма контроля и оценки результатов обучения
С нарушением слуха	Тесты, рефераты, контрольные вопросы	Преимущественно письменная проверка
С нарушением зрения	Контрольные вопросы	Преимущественно устная проверка (индивидуально)
С нарушением опорно-двигательного аппарата	Решение тестов, контрольные вопросы дистанционно.	Организация контроля с помощью электронной оболочки MOODLE, письменная проверка

## **6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **а) основная литература:**

1. Управление ценами [Текст] : учебник : для вузов по экономическим направлениям и специальностям / [С. В. Карпова, В. Н. Русин, И. В. Рожков] ; под ред. С. В. Карповой ; Финансовый ун-т при Правительстве Рос. Федерации. - Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2016. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=503947>

2. Ценовая политика фирмы [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс [для студентов напр. подготовки 080100.68 "Экономика", магистерской программы 080100.68.08 «Экономика фирмы» ] / Сиб. федер. ун-т, Торг.-эконом. ин-т ; сост. Э. А. Батраева.- Красноярск : СФУ, 2013 Режим доступа: <http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/UMKD/i-543070541.exe>

### **б) дополнительная литература:**

3. Ценообразование в маркетинге. Маркетинговое управление ценой [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие [для практических занятий для студентов напр. 080200.62 «Менеджмент», профиль 080200.62 «Маркетинг»] / Сиб. федер. ун-т, Ин-т упр. бизнес-процессами и экономики ; сост.: В. В. Вингерт, Е. А. Якимова. - Электрон. текст. данные (PDF, 5,6 Мб). - Красноярск : СФУ, 2015. Режим доступа: <http://lib3.sfu-kras.ru/ft/lib2/elib/b65/i-710727807.pdf>

4. Герасименко, В. В. Ценообразование [Текст] : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению "Экономика" / В. В. Герасименко.- Москва : ИНФРА-М, 2014. - 224 с. Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=407056>

## **7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)**

1. Маркетинговые исследования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // [www.kartel-upgro.ru](http://www.kartel-upgro.ru).

2. Гильдия маркетологов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: // [www.marketologi.ru](http://www.marketologi.ru)

3. Маркетинговые исследования и аналитические материалы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru).

## **8 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Эффективность образовательных технологий зависит от активных методов обучения. Среди современных интерактивных методов обучения предусмотрены: лекции-презентации, учебные групповые дискуссии, методы анализа профессиональных ситуаций (кейсовая технология), деловые игры, ситуационные задачи и др. Активные методы несут элементы существенного приближения учебного процесса к практической профессиональной деятельности, тем самым способствуют формированию и оцениванию общекультурных и профессиональных компетенций обучающегося.

Формы организации учебного процесса по дисциплине «Ценовая политика»:

### *1. Лекции.*

Главная задача лекционных занятий по дисциплине «Ценовая политика» - обеспечить теоретическую основу обучения, развить интерес к учебной деятельности к осуществлению аналитической деятельности, сформировать у студентов ориентиры для самостоятельной работы над курсом.

### *2. Практические занятия.*

Практические занятия предназначены для углубленного изучения дисциплины «Ценовая политика». На практических занятиях идет осмысление теоретического материала, формируется умение убедительно формулировать собственную точку зрения, приобретаются навыки профессиональной деятельности.

Для успешного овладения приемами решения конкретных задач студенту предоставляется возможность предварительного ознакомления с методикой решения задач с помощью материалов по методике решения задач, содержащихся в лекциях. Далее студенту предлагаются типовые задачи, решение которых позволяет отработать стереотипные приемы, использующиеся при решении задач, осознать связь между полученными теоретическими знаниями и конкретными проблемами, на решение которых они направлены

### *3. Семинарские занятия.*

Семинарские занятия по дисциплине «Ценовая политика» формируют исследовательский подход к изучению учебного материала. Главной целью семинаров является обсуждение наиболее сложных теоретических вопросов курса, их методологическая и методическая проработка.

В современной высшей школе семинар является одним из основных видов занятий студентов, так как представляет собой средство развития у

студентов культуры научного мышления и обобщения. Активное участие студентов в семинарских занятиях является важным условием учебной и научной подготовки будущих специалистов высшей квалификации. Целью семинарских занятий является:

- закрепление и проверка знаний, полученных на лекционных занятиях и в процессе самостоятельной работы над литературными источниками при подготовке к семинарским занятиям;

- овладение терминологией дисциплины;

- получение навыков оперирования формулировками, понятиями, определениями;

- овладение студентами навыками публичных выступлений по проблемам ценовой политики;

- формирование умения активно участвовать в дискуссиях, отстаивать свою точку зрения;

- овладение навыками аргументированного отстаивания своего мнения;

В процессе подготовки к семинарским занятиям и в ходе его проведения студенты должны помимо усвоения учебного материала знакомиться с различной литературой по ценовой политике, изучать материал электронных образовательных ресурсов.

#### *4. Контроль качества знаний.*

Представляет собой проверку результатов учебно-познавательной деятельности студентов в процессе изучения дисциплины «Ценовая политика».

Итоговый контроль знаний студентов включает зачет (итоговая аттестация по дисциплине).

#### *5. Самостоятельная работа студентов.*

СРС по дисциплине «Ценовая политика» включает самостоятельную работу с лекционным (теоретическим) материалом, подготовку к семинарским или практическим работам, самостоятельную работу с литературой, информационными базами данных, и является необходимым этапом для освоения теоретических знаний.

Самостоятельная работа в процессе изучения дисциплины носит как аудиторный, так и внеаудиторный характер (работа с литературой, подготовка к выступлениям, выполнение индивидуальных заданий и т.д.), и осуществляется в процессе:

- подготовки к семинарским и практическим занятиям;

- закрепления практических навыков по методикам расчета и обоснования цен;

- подготовки к сдаче зачета.

В ходе нее студенты должны:

- изучать и усваивать информацию, излагаемую на лекционных занятиях;

- изучать рекомендованную учебную и научную литературу;

- овладевать терминологией по ценовой политике;

- прорабатывать законодательные и нормативные документы по вопросам формирования цен и ценовой политики;
- овладевать методиками и методами расчета цен;
- готовиться к обсуждению вопросов на семинарских занятиях, к тестированию;
- выполнять заданные преподавателем домашние задания.

Рекомендуемые формы текущего контроля ставят своей целью закрепление теоретических вопросов, рассмотренных на лекциях, углубление знаний по отдельным вопросам дисциплины и получение навыков организации самостоятельной исследовательской работы. Подготовка студентом доклада, выступления предполагает самостоятельный выбор индивидуального задания в рамках темы семинарского занятия, подбор дополнительной литературы по теме, ее изучение, подготовка сообщения на семинаре, участие в общей дискуссии.

Текущей формой контроля является устный опрос в процессе семинарских и практических занятий, письменные экспресс-опросы.

Индивидуальная работа со студентами заключается в персональном общении преподавателя со студентом внеаудиторных часов по следующим проблемам:

1. Обобщение и разъяснение наиболее сложных сегментов пройденного материала.
2. консультации студентов по решению расчетных задач.
3. Консультации для подготовки докладов на семинарские занятия.
4. Представление дополнительных знаний по проблемам, не входящим в основной материал курса.
5. Помощь в углубленном изучении материала курса студентам, занимающимся научными исследованиями и по индивидуальным планам обучения.

Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации в зависимости от нозологии:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

## **9 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю) (при необходимости)**

### **9.1 Перечень необходимого программного обеспечения**

В учебном процессе по данной дисциплине используется MS Office, Internet Explorer.

*Лицензионное программное обеспечение:*

Microsoft® Windows® Vista Business Russian Upgrade Academic OPEN No

Level (Microsoft® Windows® XP) Лицсертификат 45676576 от 02.07.2009, бессрочный;

Microsoft® Office Professional Plus 2007 Russian Academic OPEN No Level Лицсертификат 43164214 от 06.12.2007, бессрочный;

ESET NOD32 Antivirus Business Edition for 2750 users Лицсертификат EAV-0189835462 от 10.04.2017;

Kaspersky Endpoint Security Лицсертификат 2462170522081649547-546 от 22.05.2017.

### **9.2 Перечень необходимых информационных справочных систем**

Студентам обеспечен доступ к профессиональным базам данных и информационным справочным системам, электронно-библиотечной системе:

Российские электронные научные журналы и базы данных

ЕДИНОЕ ОКНО доступа к образовательным ресурсам:  
<http://window.edu.ru/>

Научная электронная библиотека (eLIBRARY.RU): <http://elibrary.ru>

Университетская библиотека онлайн: [www.biblioclub.ru](http://www.biblioclub.ru)

ЭБ Издательского дома «Гребенников»: <http://grebennikon.ru>

Электронная библиотека диссертаций (ЭБД) РГБ: <http://dvs.rsl.ru>  
(доступ к полному тексту), <http://diss.rsl.ru> (доступ к каталогу)

Электронно-библиотечная система "ИНФРА-М":  
<http://www.znaniium.com>

Электронно-библиотечная система «Лань»: <http://e.lanbook.com>

Электронно-библиотечная система «Национальный цифровой ресурс «Рукопт»: <http://rucont.ru>

Электронный каталог библиотеки ТЭИ СФУ: <http://elcat.kgtei.ru:82/>

Зарубежные электронные научные журналы и базы данных online

Cambridge University Press: <http://www.journals.cambridge.org>

Biological & Agricultural Index

Plus: <http://www.ebscohost.com/academic/biological-agricultural-index-plus>

Books24x7: <http://library.books24x7.com/library.asp?>

EBSCO Publishing: <http://search.ebscohost.com>

Euromonitor International: <http://www.portal.euromonitor.com>

Journal Citation Reports (JCR): <http://isiknowledge.com>

E Complete: <http://www.ebscohost.com/academic/medline-complete>

Oxford Journals: <http://www.oxfordjournals.org>

Science/AAAS: <http://www.sciencemag.org>

Scopus: <http://www.scopus.com>

Web of Science: <http://isiknowledge.com>

Elsevier (журналы открытого доступа): <http://sciencedirect.com>

Локальные базы данных

Электронный каталог НБ СФУ;

Электронный каталог Государственной универсальной научной библиотеки Красноярского края;

Электронный каталог Центральной научной библиотеки КНЦ СО РАН;

1. [www.aup.ru](http://www.aup.ru) – Менеджмент и маркетинг в бизнесе
2. [www.businesspress.ru](http://www.businesspress.ru) - Деловая пресса. Электронные газеты
3. <http://www.ko.ru/> - журнал «Компания»
4. [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru) - «Консультант Плюс»
5. [www.devbusiness.ru](http://www.devbusiness.ru) – Развитие бизнеса.Ру
6. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики
7. [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru) – РосБизнесКонсалтинг
8. <http://www.retail.ru/> - Все о розничной торговле
9. [www.russianmarket.ru](http://www.russianmarket.ru) – Маркетинговые исследования и аналитические материалы
10. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) – Реклама, маркетинг, PR

На сегодняшний день СФУ представлен в Интернет официальным сайтом института, сайтами подразделений, факультетов, кафедр; сайтами электронных изданий; поисковыми и информационными системами; тематическими сайтами по отдельным сферам деятельности.

## **10 Материально-техническая база, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Кафедра располагает материально-технической базой, обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работы бакалавров, предусмотренных учебным планом подготовки и соответствующей действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

В учебном процессе по дисциплине для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используются учебные аудитории в соответствии с расписанием занятий.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования (ноутбук, экран, проектор) и учебно-

наглядные пособия, обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы студентов оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступа в электронную информационно-образовательную среду университета (ЭИОС).