Министерство образования и науки Российской Федерации

Государственное образовательное учреждение

высшего профессионального образования

«Хабаровская государственная академия экономики и права

 Кафедра логистики и коммерции

УТВЕРЖДАЮ

Первый проректор по учебной работе

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_И.Б. Миронова

«\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20\_\_\_\_г.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАМММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Ценовая политика предприятия

по направлению 100700 «Торговое дело»

профиль «Коммерция»

очной, заочной и заочной сокращенной формы обучения

Хабаровск 2011

1. Цели и задачи дисциплины:

**1.1. Цель дисциплины:** формирование базовых знаний о теоретических и методологических основах ценообразования в неразрывной связи со всей хозяйственной деятельностью предприятия.

**1.2. Задачи дисциплины:**

- приобретение и углубление знаний по актуальным проблемам ценообразования в современных рыночных условиях экономики России;

- формирование представления о современных методологических и практических подходах к ценообразованию;

- формирование целостного представления о механизмах ценообразования;

- выявление взаимосвязей ценообразования с другими аспектами деятельности предприятия;

- обеспечение практических навыков определения ценовой тактики и стратегии предприятия;

- формирование представления о недопустимости стихийности процесса ценообразования и динамики цен.

2. Место дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина входит в профессиональный цикл, являясь дисциплиной по выбору студента, определяемой выбором профиля.

Теоретической и методической базой дисциплины «Ценовая политика предприятия» являются компетенции, полученные при изучении дисциплин: «Экономическая теория», «Экономика организаций (предприятий)», «Бухгалтерский учет и аудит», «Финансы», «Банковское дело», «Денежное обращение и кредит», «Финансы организаций», «Статистика».

1. Требования к результатам освоения дисциплины

3.1. Общекультурные компетенции

Выпускник должен обладать следующими общекультурными компетенциями:

* владением культурой мышления, способностью к восприятию, обобщению и анализу информации, постановке цели и выбору путей её достижения (ОК-1);
* умением логически верно, аргументировано и ясно строить устную и письменную речь, способностью свободно владеть литературной и деловой письменной и устной речью на русском языке, навыками публичной и научной речи; создавать и редактировать тексты профессионального назначения, анализировать логику рассуждений и высказываний (ОК-2);
* готовностью к кооперации с коллегами, работе в коллективе (ОК-3);
* способностью находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях, самостоятельно принимать решения и готовностью нести за них ответственность (ОК-4);
* стремлением к личностному и профессиональному саморазвитию, умение критически оценивать личные достоинства и недостатки (ОК-6);
* осознанием социальной значимости своей будущей профессии, обладание высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности (ОК-7);
* владением основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, навыками работы с компьютером как средством управления информацией (ОК-8);
* готовностью применять экономические законы и теории, определять экономические показатели (ОК-9).

3.2. Профессиональные компетенции

Выпускник должен обладать следующими профессиональными компетенциями:

* способностью применять основные законы социальных, гуманитарных, экономических и естественнонаучных наук в профессиональной деятельности, а также методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования; владением математическим аппаратом при решении профессиональных проблем (ПК-1);
* умением пользоваться нормативными документами в своей профессиональной деятельности, готовностью к соблюдению действующего законодательства и требований нормативных документов (ПК-2);
* способностью осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку информации, необходимой для организации и управления профессиональной деятельностью (коммерческой, или маркетинговой, или рекламной, или логистической, или товароведной) (ПК-11);
* готовностью анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии организации (ПК-14).

В результате изучения дисциплины студент должен:

**Знать:**

- социально-экономическую сущность ценообразования, виды, функции, систему цен;

- специфику отраслевого ценообразования;

- международный опыт и российскую практику ценообразования;

- методы ценообразования, виды стратегий ценообразования;

- понятие и показатели рыночной конъюнктуры и ее использование для прогнозирования цен;

- цели и задачи государственного регулирования цен;

- основные понятия дисциплины: теория потребительского поведения и спроса, количественный и порядковый подходы к анализу полезности, предельная полезность, кривые безразличия, реакция потребителей на изменение цен и доходов, спрос, закон спроса, эластичность спроса, предложение, закон предложения, эластичность предложения; рыночное равновесие: взаимодействие спроса и предложения, равновесие в мгновенном, коротком и длительном периоде, стабильное и нестабильное равновесие; концепция затрат, структура издержек; характеристика различных типов рынков (олигополия, монополия, совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция) и особенности ценообразования в их условиях;

- зарубежную практику ценообразования;

- моральной и правовой ответственности специалиста по ценообразованию;

- о концепции и инструментарии в области политики цен и ценообразования.

**Уметь:**

- анализировать и прогнозировать все составляющие цены;

- выявлять и учитывать отраслевую специфику моделей ценообразования;

- выбирать метод ценообразования на основе анализа показателей конъюнктуры;

- определить тактику и стратегию ценообразования;

- рассчитывать цены разными методами и обосновывать окончательный выбор;

- анализировать и контролировать процесс принятия решений по ценам;

**Владеть:**

- современными приемами и способами расчета цен;

- информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен;

- конъюнктурой рынков продукции;

- способностью к адекватному реагированию на возможные изменения рыночной конъюнктуры и цен.

1. **Объём дисциплины и виды учебной работы**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Вид учебной работы | Всего часов/зачетных единиц | Семестр / курс |
| д/о | з/о | з/о (сокр) |
| 8 сем. | 2 курс | 5 курс |
| Аудиторные занятия (всего), в том числе | 36 | 56 | 18 | 12 |
| Лекции | 12 | 28 | 8 | 6 |
| Практические занятия (ПЗ) | 24 | 28 | 10 | 6 |
| Самостоятельная работа (всего), в том числе | 108 | 88 | 126 | 132 |
| Общая трудоемкость: часы  | 144 | 144 | 144 | 144 |
| зачетные единицы | 4 | 4 | 4 | 4 |