МИНОБРНАУКИ РОССИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный экономический университет»

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной и методической работе
_____/Шубаева В.Г./
«____»_____20 18 г.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки	38.03.02 Менеджмент
Направленность (профиль) программы	Маркетинг и управление брендами
Уровень высшего образования	бакалавриат
Форма обучения	очная

Составитель:
_____/ к.э.н., доцент Лизовская В.В.

Санкт-Петербург
2018

СОДЕРЖАНИЕ

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ 3
2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ 3
3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 3
4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ 4
5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ 4
6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА 6
7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ 7
7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины 7
7.2. Организация самостоятельной работы 7
8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ 8
9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ 8
9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 8
9.2. Материально-техническое обеспечение учебного процесса ..... **Error! Bookmark not defined.**
10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ 10
11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ 10

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель дисциплины: создать профессиональную компетенцию студентов в области ценообразования и управления ценовой политикой компании, обучить методологическим основам формирования цен, анализа ценовой информации и сформировать у обучающихся навыки принятия решений в области ценовой политики и стратегии компании.

Задачи:

- получение студентами целостного представления о взаимосвязи теории и практики ценообразования;
- приобретение студентами практических навыков в изучении конъюнктуры рынка и анализе ценообразующих факторов;
- изучение основных методов ценнообразования;
- изучение особенностей построения, функционирования и реализации ценовой политики компании;
- овладение навыками обосновании уровня цен и выбора маркетинговой стратегии цен.

В процессе обучения предполагается текущий контроль усвоения материала и закрепление полученных знаний студентов, а также выработка навыков принятия самостоятельных решений в маркетинговой деятельности посредством рассмотрения конкретных деловых ситуаций.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина Б1.В.ДВ. «Ценообразование и ценовая политика компании» относится к выборным дисциплинам Блока 1 и является обязательной для освоения обучающимся после их выбора.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы представлены в таблице 3.1.

Таблица 3.1 – Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Код и наименование компетенции выпускника	Этапы формирования компетенций	Планируемые результаты обучения/индикаторы достижения компетенций (показатели освоения компетенции)
ПК-13: умением моделировать бизнес-процессы и использовать методы реорганизации бизнес-процессов в практической деятельности организаций	ПК-13	Декомпозиция II: Знать: основы теории ценообразования и организации личных продаж, принципы и правила исследования, анализа, реорганизации и моделирования процессов ценообразования и организации личных продаж З(II) (ПК-13); Уметь: осуществлять моделирование и реорганизацию процессов ценообразования и личных продаж, выявлять и анализировать особенности построения, функционирования и реализации ценовой политики компании и системы личных продаж У(II) (ПК-13); Владеть: навыками моделирования и методами реорганизации процессов ценообразования и конъюнктуры рынка в

		практической деятельности организации В(II) (ПК-13)

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетных единиц, 144 часа, из которых 9 часов самостоятельной работы обучающегося отводится на подготовку и защиту экзамена.

Форма промежуточной аттестации: экзамен - 7 семестр.

Распределение фонда времени по темам дисциплины по очной форме обучения представлено в таблице 4.1

Таблица 4.1 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

Номер и наименование тем и разделов	Объем дисциплины (ак. часы)			
	Контактная работа			СРО
	ЗЛТ	ПЗ	ЛР	
1	2	3	4	5
Раздел 1. Цена и ценообразующие факторы				
1.1. Введение. Значение ценовой политики в системе маркетинга и деятельности предприятия.	2	2		6
1.2. Факторы, влияющие на цену и формирование ценовой политики предприятия. Виды цен.	2	2		12
1.3. Состав и структура цены. Уровни управления ценами предприятия и эффекты цены.	2	2		10
Раздел 2. Методы ценообразования				
2.1. Затратные методы ценообразования	2	4		10
2.2. Рыночные методы ценообразования	2	4		12
2.3.. Параметрические методы ценообразования	2	4		10
Раздел 3. Ценовая политика и стратегия предприятия				
3.1. Понятие ценовой политики предприятия. Цели ценовой политики.	2	4		2
3.2. Формирование ценовой стратегии. Виды ценовых стратегий предприятия.	2	4		2
Раздел 4.Оперативные ценовые управленческие решения				
4.1. Оперативное изменение цены. Скидки с цены.	2	2		12
4.2. Оценка эффективности ценовых управленческих решений	4	2		14
Всего по дисциплине:	22	32		90

*ЗЛТ – занятия лекционного типа, ПЗ – все виды занятий семинарского типа, кроме лабораторных работ, ЛР – лабораторные работы, СРО – самостоятельная работа обучающегося

5. СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗДЕЛ 1. Цена и ценообразующие факторы.

Тема 1.1. Введение. Значение ценовой политики в системе маркетинга и деятельности предприятия.

Содержание темы

Предмет и место дисциплины. Ценообразование и ценовая политика компании в системе образования маркетолога. Структура курса. Сущность цены, ценности продукта (услуги), взаимосвязь между ними.

Модель ценового поведения покупателей и ее составляющие. Теоретические основы обоснования этой модели. Ценовые эмоции покупателей и их измерители.

Ценовой интерес покупателей: понятия, индикаторы. Восприятие и оценка цен:

понятие, факторы влияния, практическое значение понимания восприятия цен. Ценовая удовлетворенность: понятие; факторы, влияющие на ценовую удовлетворенность; измерения ценовой удовлетворенности.

Тема 1.2. Факторы, влияющие на цену и формирование ценовой политики предприятия. Виды цен.

Содержание темы

Факторы, влияющие на формирование цены. Факторы, влияющие на восприятие покупателями ценности продукта и на решение покупателей произвести покупку. Тип рынка продукта, затраты, реакция покупателей на цену, налоги, инфляция, валютный курс, тип предприятия, характер продукта. Жизненный цикл продукта, динамика конкуренции и цены. Государственное регулирование цен.

Тема 1.3. Состав и структура цены. Уровни управления ценами предприятия и эффекты цены.

Содержание темы

Понятие состава и структуры цены. Значение анализа состава и структуры цены и возможные управленческие решения по результатам анализа. Основные составные элементы цены.

Три уровня управления ценами предприятием, взаимосвязь между ними.

Управление ценами на уровне отрасли: цель, движущие силы отраслевых цен, практические мероприятия, ценовое лидерство, последователи. Учет юридических аспектов.

Управление ценами на уровне товарно-рыночных стратегий: цель, аспекты ценообразования, учитываемые на этом уровне. Карта стоимости. Восприятие преимуществ (ценности) продукта, виды преимуществ. Восприятие цены. Сложности в оценке восприятия преимуществ и цен потребителями. Движение предприятия по карте стоимости.

Управление ценами на уровне сделки: цель, каскад фактической цены, разброс фактической цены, ширина и форма разброса фактических цен. Причины сложностей управления ценообразованием на уровне сделки.

РАЗДЕЛ 2. Методы ценообразования.

Тема 2.1. Затратные методы ценообразования

Содержание темы

Ситуации, при которых встает вопрос перед производителем об установлении цены. Ценовая информационная система. Взаимосвязь между производителем и торговлей в процессе установления цены. Организация процессов ценообразования.

Определение цен: на основе полных затрат, переменных затрат, суммы покрытия (валовой прибыли), структуры затрат по аналогичной группе продукции; с ориентацией на полезность; целевое ценообразование; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию; на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.

Тема 2.2. Рыночные методы ценообразования

Содержание темы

Рыночное сегментирование как основа дифференциации цен. Дифференциация цен: понятие, цели, виды, основания, формы. Определение цен: на основе / с ориентацией на полезность; с ориентацией на спрос, с ориентацией на конкуренцию.

Тема 2.3. Параметрические методы ценообразования

Содержание темы

Определение цен на основе анализа основных параметров изделия. Современные

тенденции применения методов ценообразования. Определение цен на основе совместного учета затрат, спроса, ценности и конкуренции.

РАЗДЕЛ 3. Ценовая политика и стратегия предприятия

Тема 3.1. Понятие ценовой политики предприятия. Цели ценовой политики.

Содержание темы

Ценовая политика предприятия: понятие, роль, виды, область решений. Система целей и эффекты ценовой политики предприятия.

Тема 3.2. Формирование ценовой стратегии. Виды ценовых стратегий предприятия.

Содержание темы

Ценовые стратегии: понятия, виды, условия применения: стратегия высоких цен, средних цен, низких цен, стабильных и изменяющихся цен, и т.д.

РАЗДЕЛ 4. Оперативные ценовые управленческие решения

Тема 4.1. Оперативное изменение цены. Скидки с цены.

Содержание темы

Изменение цен: определение, факторы, периодичность, эффекты.

Долгосрочное изменение цен: сущность, отправные пункты, цели и конфликты целей, эффективность. Долгосрзаочная адаптация цен.

Краткосрочное изменение цен: сущность, формы, цели и конфликты целей. Потенциальная выгода и ущерб от краткосрочного изменения цен. Адаптация цен с помощью краткосрочных ценовых акций.

Влияние изменения цен (снижения, повышения) на прибыль и восприятие покупателей. Реакция конкурентов на изменение цен предприятием. Реакция предприятия на изменение цен конкурентами. Виды скидок с цены.

Тема 4.2. Оценка эффективности ценовых управленческих решений.

Содержание темы

Понятие продвижения цен. Ценовые риски. Мероприятия по продвижению и сопровождению цен производителем. Методы анализа и оценки ценовых решений. Ценовой контроллинг и ценовой аудит.

6. ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

Таблица 6.1 – Практические занятия/ Семинарские занятия / Лабораторные работы

№ темы	Тема занятия	Вид занятия / Оценочное средство
1	2	3
1.1.	Значение ценовой политики в системе маркетинга	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
1.2.	Факторы, влияющие на ценообразование	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
1.3.	Состав и структура цены	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
1.3.	Анализ состава и структуры цены	ПЗ: Аналитическая работа. Презентация
2.1.	Затратные методы ценообразования (1)	ПЗ: Решение задач
2.1.	Затратные методы ценообразования (2)	ПЗ: Решение задач
2.2.	Рыночные методы ценообразования (1)	ПЗ: Решение задач
2.2.	Рыночные методы ценообразования (2)	ПЗ: Решение задач
2.3.	Параметрические методы ценообразования	ПЗ: Решение задач
2.1 – 2.3.	Применение различных методов для расчета цен	ПЗ: Аналитическая работа. Презентация
3.1.	Ценовая политика компании	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
3.2.	Ценовые стратегии цен	ПЗ / Анализ конкретной ситуации
3.2.	Ценовые стратегии компании на российском	ПЗ / Анализ конкретной ситуации

	рынке.	
4.1.	Скидки с цены	ПЗ: Решение задач
4.1.	Выбор стратегии компании и разработка акции по стимулированию сбыта	ПЗ: Аналитическая работа. Презентация
4.2.	Оценка ценовых решений	ПЗ / Анализ конкретной ситуации

* ПЗ – практические занятия, СЗ – семинарские занятия, ЛР – лабораторные работы

7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ

7.1. Методические указания для обучающегося по освоению дисциплины

Для формирования четкого представления об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине в самом начале учебного курса обучающийся должен ознакомиться с учебно-методической документацией:

– рабочей программой дисциплины: с целями и задачами дисциплины, ее связями с другими дисциплинами образовательной программы, перечнем знаний и умений, которыми в процессе освоения дисциплины должен владеть обучающийся,

– порядком проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации;

– графиком консультаций преподавателей кафедры.

Систематическое выполнение учебной работы на занятиях лекционных и семинарских типов, а также выполнение самостоятельной работы позволит успешно освоить дисциплину.

В процессе освоения дисциплины обучающимся следует:

– слушать, конспектировать излагаемый преподавателем материал;

– ставить, обсуждать актуальные проблемы курса, быть активным на занятиях;

– задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений;

– выполнять задания практических занятий полностью и установленные сроки.

При затруднениях в восприятии материала следует обратиться к основным литературным источникам. Если разобраться в материале не удалось, то обратится к лектору (по графику его консультаций) или к преподавателю на занятиях семинарского типа.

Обучающимся, пропустившим занятия (независимо от причин), не имеющим письменного решения задач или не подготовившимся к данному занятию, рекомендуется не позже чем в 2 - недельный срок явиться на консультацию к преподавателю и отчитаться по теме.

7.2. Организация самостоятельной работы

Под самостоятельной работой обучающихся понимается планируемая работа обучающихся, направленная на формирование указанных компетенций, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, без его непосредственного участия.

Методическое обеспечение самостоятельной работы при наличии обучающихся лиц с ограниченными возможностями представляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Виды самостоятельной работы по дисциплине представлены в таблице 7.2.1.

Таблица 7.2.1 – Организация самостоятельной работы обучающегося

№ раздела	Вид самостоятельной работы
1	2
1	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 1. Подготовка к экзамену.
2	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 2. Подготовка к экзамену.
3	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 3. Подготовка к экзамену.
4	Подготовка к проверке знаний по теме. Подготовка разделов аналитической работы 3. Подготовка к экзамену.

Каждый вид СРО, указанный в таблице 7.2.1 обеспечен методическими материалами.

8. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Ценообразование и ценовая политика компании» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- проблемная лекция (темы №№1.1., 1.3., 3.1.);
- анализ конкретных ситуаций (темы №№ 1.2., 4.1., 4.2.);
- кейс-технология (темы №№ 2.1., 2.2., 2.3., 3.2.).

Проблемная лекция - лекция характеризуется проблемным изложением материала: преподаватель ставит вопрос или формулирует проблемную задачу и показывает варианты ответов или способов решения, а студенты наблюдают за поиском и определяют свое отношение к полученному материалу.

Анализ конкретных ситуаций - анализ предложенной ситуации, как совокупности фактов и данных, определяющих то или иное явление, имевшее место в практике, которым в ходе учебных занятий дается оценка.

Кейс-технология - включает порядок рассмотрения, анализа кейса, поиск и презентацию решения, выработку экспертной оценки, опирающейся на определенные критерии. Кейс – разновидность производственной или экономической ситуации, специально сформулированной преподавателем для анализа, решения, оценки обучающимися.

9. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

9.1. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Таблица 9.1.1 – Учебно-методическое обеспечение дисциплины

Библиографическое описание издания	Основная/ доп. литература	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		печатные издания (кол-во)	электронные (наименование ресурсов)
1	*2*	*3*	*4*
1. Лизовская, В. В. Ценообразование и ценовая политика компании : учебное пособие / В.В.Лизовская ; М-во науки и высш. образования Рос. Федерации, Санкт-Петербургский гос. экономический ун-т,	Осн.	35	ЭБ OPAC.UNECON.RU

Кафедра маркетинга.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2018.— 92 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru			
2. Пузыня, Н.Ю. Теория и практика ценообразования : учебное пособие / Н.Ю.Пузыня ; М-во науки и высш. образования Рос.Федерации, С.-Петерб. гос. экон. ун-т , Каф. корпоратив. финансов и оценки бизнеса.— Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2019.— 156 с. : ил., табл. — Сведения доступны также по Интернету: opac.unecon.ru	Доп.	55	ЭБ OPAC.UNECON.RU
3. Наумов, В.Н. Маркетинг: учебник / В.Н. Наумов. - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 319 с. : ил., табл. — (Высшее образование. Бакалавриат). — Сведения доступны также по Интернету	Доп.	8	ЭБС ZNANIUM
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф.Котлер, К.Л.Келлер. Пер. с англ .— 3-е изд. — Санкт-Петербург : Питер, 2010 .— 480 с. : ил. — (Классический зарубежный учебник). — Сведения доступны также по Интернету	Доп.	123	ЭБС Айбукс

Таблица 9.1.2 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД)

№	Наименование СПБД
1	Электронная библиотека Grebennikon.ru – www.grebennikon.ru
2	Научная электронная библиотека eLIBRARRY – www.elibrary.ru
3	Научная электронная библиотека КиберЛеника – www.cyberleninka.ru
4	База данных ПОЛПРЕД Справочники – www.polpred.com
5	База данных OECD Books, Papers & Statistics на платформе OECD iLibrary – www.oecd-ilibrary.org

Таблица 9.1.3 – Перечень информационных справочных систем (ИСС)

№	Наименование ИСС
1	Справочная правовая система КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.consultant.ru)
2	Справочная правовая система «ГАРАНТ» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.garant.ru)
3	Информационно-справочная система «Кодекс» (инсталлированный ресурс СПбГЭУ или www.kodeks.ru)
4	Электронная библиотечная система BOOK.ru - www.book.ru
5	Электронная библиотечная система ЭБС ЮРАЙТ – www.urait.ru
6	Электронно-библиотечная система ЗНАНИУМ (ZNANIUM) – www.znanium.com
7	Электронная библиотека СПбГЭУ– opac.unecon.ru

9.2.Материально-техническое обеспечение учебного процесса

Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы.

Таблица 9.2.1 – Перечень программного обеспечения (ПО)

п/п	Наименование ПО

1	Microsoft Windows Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
2	Microsoft Office Professional (КОНТРАКТ № 244/20 «26» июня 2020 г)
3	7-Zip (freeware)

10. ОСОБЕННОСТИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ДЛЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

Обучение обучающихся с ограниченными возможностями здоровья при необходимости осуществляется на основе адаптированной рабочей программы с использованием специальных методов обучения и дидактических материалов, составленных с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся (обучающегося).

В целях освоения учебной программы дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья Университет обеспечивает:

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по зрению: размещение в доступных для обучающихся, являющихся слепыми или слабовидящими, местах и в адаптированной форме справочной информации о расписании учебных занятий; присутствие ассистента, оказывающего обучающемуся необходимую помощь; выпуск альтернативных форматов методических материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по слуху: надлежащими звуковыми средствами воспроизведение информации;

– для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, имеющих нарушения опорно-двигательного аппарата: возможность беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, туалетные комнаты и другие помещения кафедры, а также пребывание в указанных помещениях.

Образование обучающихся с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах или в отдельных организациях.

11. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом и является приложением к рабочей программе дисциплины (модуля).