

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

**СТАВРОПОЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ АГРАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**УТВЕРЖДАЮ**

**Декан экономического факультета,  
д.э.н., профессор **О.Н. Кусакина**  
«24» мая 2022 года**

**Рабочая программа дисциплины**

**Б1.В.19 «Ценообразование в маркетинге»**

---

Шифр и наименование дисциплины по учебному плану

**38.03.02 Менеджмент**

---

Код и наименование направления подготовки/специальности

**Маркетинг**

---

Наименование профиля подготовки/специализации/магистерской программы

**Программа академического бакалавриата**

---

Квалификация выпускника

**Очная, очно-заочная**

---

Форма обучения

**2022**

---

год набора на ОП

Ставрополь, 2022

## 1. Цель дисциплины

Цель дисциплины «Ценообразование в маркетинге» состоит в приобретении студентами знаний о теории и практике формирования цен в рыночной экономике и маркетинговой деятельности отдельных предприятий, влиянии различных факторов на процесс установления цен, а также развитие навыков использования методов ценообразования при обосновании цен на продукцию, услуги предприятий и организаций.

## 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций ОП ВО и овладение следующими результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции*	Код(ы) и наименование (-ия) индикатора(ов) достижения компетенций**	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
ПК-3. Способен разрабатывать маркетинговую стратегию организации и проводить оценку эффективности ее реализации	ПК- 3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	Знания: – теоретические основы ценообразования как составляющей комплекса маркетинга и практические основы анализа, оценки и разработки стратегий ценообразования, оценки эффективности их реализации для целей маркетинга (ПК- 3.1 )
		Умения: – анализировать, оценивать и разрабатывать стратегии ценообразования, оценивать их эффективность для целей маркетинга (ПК- 3.1)
		Навыки и/или трудовые действия – проведения анализа, оценки и разработки стратегий ценообразования, оценки их эффективность для целей маркетинга (ПК- 3.1)
ПК- 4. Способен организовать продвижение товаров (услуг)	ПК - 4.1 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	Знания: – основы сбора, обработки и оценки ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприятиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)
		Умения: – осуществлять сбор, хранение, обработку и оценку ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприятиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)
		Навыки и/или трудовые действия : – осуществления сбора, хранения, обработки и оценки ценовой информации, необходимой для организации продвижения товаров (услуг), и ее использование в мероприятиях по увеличению продаж продукции (ПК- 4.1)

## 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б1.В.19 «Ценообразование в маркетинге» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы бакалавриата.

Изучение дисциплины осуществляется:

- для студентов очной формы обучения – в 5 семестре;
- для студентов очно-заочной формы обучения – в 5 семестре.

Для освоения дисциплины «Ценообразование в маркетинге» студенты используют знания, умения и навыки, сформированные в процессе изучения дисциплин бакалавриата : Маркетинговая

политика, Маркетинг в АПК, Товарная политика, Ассортиментная политика, Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах, Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности, Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов.

Освоение дисциплины «Ценообразование в маркетинге» является необходимой основой для последующего изучения следующих дисциплин: Маркетинг в социальных сетях, Экономика маркетинга, Рекламное дело, Информационные технологии в маркетинге, Маркетинг событий и выставочная деятельность, Маркетинговые коммуникации, Производственная практика, Преддипломная практика, Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

#### 4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу с обучающимися с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины Б1.В.19 «Ценообразование в маркетинге» в соответствии с рабочим учебным планом и ее распределение по видам работ представлены ниже.

##### Очная форма обучения

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
5	144/4	36	36		72	-	Дифференцированный зачет
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	6				
практической подготовки (при наличии)		36	36		72		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
5	144/4				0,12		

##### Очно-заочная форма обучения

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Контактная работа с преподавателем, час			Самостоятельная работа, час	Контроль, час	Форма промежуточной аттестации (форма контроля)
		лекции	практические занятия	лабораторные занятия			
5	144/4	24	24		96		Дифференцированный зачет
в т.ч. часов: в интерактивной форме		4	6				
практической подготовки (при наличии)		24	24		96		

Семестр	Трудоемкость час/з.е.	Внеаудиторная контактная работа с преподавателем, час/чел					
		Курсовая работа	Курсовой проект	Зачет	Дифференцированный зачет	Консультации перед экзаменом	Экзамен
5	144/4				0,12		

#### 5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием ответственного на них количества академических часов и видов учебных занятий

### Очная форма обучения

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
1	Ценообразование как составляющая комплекса маркетинга	12	4	2		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 3.1 ПК 4.1
2	Система цен в экономике	12	4	4		4	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Комплект задач	ПК 3.1 ПК 4.1
3	Ценовая информация как основа маркетинговой деятельности.	7	2	2		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 3.1 ПК 4.1
4	Состав и структура цены	7	2	2		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
	Контрольная точка № 1 по темам 1-4	6	-	2		4	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 3.1 ПК 4.1
5	Методы ценообразования в маркетинговой деятельности	14	4	4		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
6	Стратегии и тактики ценообразования организаций	7	2	2		3	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
7	Ценовая политика торговых организаций	7	2	2		3	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
8	Влияние рыночных факторов на ценообразование	11	4	2		5	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
	Контрольная точка № 2 по темам 5-8	6	-	2		4	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 3.1 ПК 4.1

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
9	Государственное регулирование цен	12	4	2		6	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
10	Особенности ценообразования на отраслевых рынках	14	4	4		6	Тестирование Решение практико-ориентированных задач	Тесты комплект задач	ПК 3.1 ПК 4.1
11	Особенности ценообразования во внешнеэкономической торговле	13	4	4		5	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
	Контрольная точка № 3 по темам 9-11	6	-	2		4	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 3.1 ПК 4.1
	<b>Промежуточная аттестация</b>	10				10	Дифференцированный зачет	Вопросы к дифференцированному зачету	
	<i>Итого</i>	144	36	36		72			

### Очно-заочная форма обучения

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
1	Ценообразование как составляющая комплекса маркетинга	12	4	2		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 3.1 ПК 4.1
2	Система цен в экономике	10	2	2		6	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Комплект задач	ПК 3.1 ПК 4.1
3	Ценовая информация как основа маркетинговой деятельности.	10	2	2		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования тест	ПК 3.1 ПК 4.1
4	Состав и структура цены	10	2	2		6	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
	Контрольная точка № 1 по темам 1-4	7	-	1		6	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 3.1 ПК 4.1
5	Методы ценообразования в маркетинговой деятельности	10	2	2		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
6	Стратегии и тактики ценообразования организаций	10	2	2		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
7	Ценовая политика торговых организаций	10	2	2		6	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
8	Влияние рыночных факторов на ценообразование	10	2	2		6	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
	Контрольная точка № 2 по темам 5-8	8	-	2		6	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 3.1 ПК 4.1

№ пп	Разделы (модули) дисциплины и темы занятий	Количество часов				Сам.работы	Формы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации	Оценочное средство проверки результатов достижения индикаторов компетенций**	Код индикаторов достижения компетенций
		Всего	Лекции	Семинарские занятия					
				Практические					
9	Государственное регулирование цен	10	2	2		6	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
10	Особенности ценообразования на отраслевых рынках	12	2	2		6	Тестирование Решение практико-ориентированных задач	Тесты комплект задач	ПК 3.1 ПК 4.1
11	Особенности ценообразования во внешнеэкономической торговле	12	2	2		6	Собеседование Тестирование	Вопросы для собеседования	ПК 3.1 ПК 4.1
	Контрольная точка № 3 по темам 9-11	7	-	1		6	Контрольная работа	Комплект заданий	ПК 3.1 ПК 4.1
	<b>Промежуточная аттестация</b>	12				12	Дифференцированный зачет	Вопросы к дифференцированному зачету	
	<i>Итого</i>	144	24	24		96			

### 5.1. Лекционный курс с указанием видов интерактивной формы проведения занятий\*

Тема лекции (и/или наименование раздел) (вид интерактивной формы проведения занятия)/(практическая подготовка)	Содержание темы (и/или раздела)	Всего, часов / часов интерактивных занятий/ практическая подготовка	
		очная форма	Очно-заочная форма
<b>Ценообразование как составляющая комплекса маркетинга</b> <i>Лекция-</i>	Функции цен: балансирующая, планово-учётная, распределительная и регулирующая, информационная. Ценообразующие факторы. Устойчивость рыночного равновесия. Динамическая модель цены. Устойчивое равновесие. Неустойчивое равновесие. Динамика цен с учетом фактора времени. Государственное воздей-	4/2/4	4/2/4

<i>визуализация</i>	ствие на рыночное равновесие.		
<b>Система цен в экономике</b>	Понятие системы цен. Виды цен. Классификационные признаки, формирующие систему ценообразования. Показатели системы цен: уровень, структура, динамика. Разновидности цен. Мировые цены. Цены международных региональных рынков. Национальные (внутренние) цены. Цены в международном совместном бизнесе. Внешнеторговые цены. Классификация цен. Фиксированные, регулируемые, свободные цены.	4/0/4	2/0/2
<b>Ценовая информация как основа маркетинговой деятельности.</b>	Понятие ценовой информации и ее содержание. Виды ценовой информации и ее влияние на принятие управленческих решений в сфере маркетинга. Классификационные критерии маркетинговой информации.	2/0/2	2/0/2
<b>Состав и структура цены</b>	Формирование цен по стадиям товародвижения. Понятие состава цены. Понятие структуры цен. Элементы цены. Понятие издержек (затрат). Классификация затрат. Порядок формирования и исчисление себестоимости. Понятие калькуляции. Статьи затрат типовой калькуляции. Понятие прибыли. Роль прибыли в цене. Формирование прибыли от продаж. Определение рентабельности. Предельная выручка (доход). Предельная прибыль. Максимизация прибыли. Косвенные налоги. Акциз. Налог на добавленную стоимость. Механизм включения косвенных налогов в цену товаров. Снабженческо-сбытовые (оптовые) надбавки. Издержки обращения оптового звена. Способы определения величины снабженческо-сбытовой (оптов. Надбавки).	2/0/2	2/0/2
<b>Методы ценообразования в маркетинговой деятельности</b> <i>Лекция-визуализация</i>	Правила формирования цен. Понятие методологии ценообразования. Методы затратного ценообразования. Метод дохода на капитал. Метод установления цен с учетом инфляции. Метод обеспечения целевой прибыли. Методики рыночного (ценностного) ценообразования. Метод «снятия сливок». Метод установления цен с ориентацией на конкурентов. Методы параметрического ценообразования. Условия применения параметрических методов ценообразования. Сфера применения параметрических методов ценообразования. Состав параметрических методов ценообразования. Метод удельных показателей. Индексный метод. Балловый метод. Ценообразование на конкурсные проекты. Понятие торгов (тендеров). Сфера применения торгов. Способы размещения государственных заказов. Метод открытых торгов. Метод закрытых торгов	4/2/4	2/2/2
<b>Стратегии и тактики ценообразования организаций</b>	Стратегии ценообразования. Система ценовых стратегий. Процесс создания ценовой стратегии предприятия. Основные виды современных ценовых стратегий: стратегии дифференцированного ценообразования, стратегии конкурентного ценообразования, стратегии ассортиментного ценообразования. Тактические приемы ценообразования. Типы и виды скидок. Скидки за большой объем закупок. Скидки за внесезонные закупки. Скидки бонусные.	2/0/2	2/0/2
<b>Ценовая политика торговых организаций</b>	Ценовая политика предприятия. Инструменты ценовой политики предприятия. Цели ценовой политики. Процесс выбора ценовой стратегии и оперативно-тактических инструментов. Принципы формирования ценовой политики - частные и общие. Этапы формирования ценовой политики предприятий.	2/0/2	2/0/2



<p><b>Влияние рыночных факторов на ценообразование</b></p>	<p>Классификация ценообразующих факторов. Эластичность спроса от цен и определяющие ее факторы. Коэффициенты эластичности. Эластичность предложения и ценовых ожиданий. Перекрестная эластичность. Эластичность ценовых ожиданий.</p> <p>Взаимодействие цены и предложения товара на рынке. Взаимодействие цены и предложения. Объем предложения. Неценовые факторы предложения. Избыток товара. Дефицит товара.</p> <p>Факторы, влияющие на цены. Влияние финансово-кредитной сферы. Потребители товаров. Государственное регулирование цен. Ценовая дискриминация. Участники каналов товародвижения. Конкуренция. Виды конкурентной среды.</p>	<p>4/0/4</p>	<p>2/0/2</p>
<p><b>Государственное регулирование цен</b></p>	<p>Ценовое регулирование. Политика цен. Государственная ценовая политика. Прямое регулирование цен и его методы. Косвенное регулирование ценообразования и его методы.</p> <p>Система регулирования цен. Направления ценового регулирования на территории Российской Федерации. Продукция, товары, работы и услуги, цены на которые прямо регулируются государством. Регулирование естественных монополий.</p> <p>Законодательство в сфере ценового регулирования. Система органов ценообразования и контроля цен. Функции органов ценообразования и контроля цен.</p>	<p>4/0/4</p>	<p>2/0/2</p>
<p><b>Особенности ценообразования на отраслевых рынках</b></p>	<p>Виды отраслевых рынков. Ценообразование в условиях различных типов рынков. Классификационные признаки рыночных структур. Ценообразование на рынке свободной конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции. Ценообразование в условиях олигополии. Ценообразование на монополизированном рынке.</p> <p>Использование различных условий поставки товара, определяемых договором между предприятиями продавцами и покупателями. Понятия «франко» и «франкировки». Основные виды цен «франко», тяготеющие к пунктам отправки продукции. Основные виды цен «франко», тяготеющие к пунктам доставки продукции.</p>	<p>4/0/4</p>	<p>2/0/2</p>
<p><b>Основные подходы к формированию мировых цен</b></p>	<p>Особенности мирового рынка и их влияние на цены международной торговли. Виды мировых товарных рынков. Совокупность факторов, определяющих уровень и динамику цен международной торговли.</p> <p>Виды и разновидности цен международной торговли. Цены на экспортируемые и импортируемые товары. Цены мировых открытых рынков: биржевые, аукционные, цены торгов, цены по обычным коммерческим сделкам. Цены мировых закрытых рынков: цены в группировках стран, трансфертные цены, цены специальных контрактов.</p> <p>Взаимосвязь внутренних и внешнеторговых цен. Превышение внутренних цен над мировыми. Проблемы измерения цен в международной торговле.</p>	<p>4/0/4</p>	<p>2/0/2</p>
<p><b>Итого</b></p>		<p>36/4/36</p>	<p>24/4/24</p>

**5.2. Семинарские (практические, лабораторные) занятия с указанием видов проведения занятий в интерактивной форме\***

Наименование раздела дисциплины	Тема практического занятия (вид интерактивной формы проведения занятий*)	Вид текущего контроля	Всего, часов / часов интерактивных занятий			
			Очная форма		очно-заочная форма	
			прак	лаб	прак	лаб
1. Ценообразование в рыночных условиях	Функции цен. Характеристика рыночных факторов ценообразования. Динамическая модель цены. Динамика цен с учетом фактора времени. Государственное воздействие на рыночное равновесие.	Собеседование Тестирование	2/0/2		2/0/2	
2. Система цен в экономике	Понятие системы цен. Виды цен. Классификационные признаки, формирующие систему ценообразования. Показатели системы цен: уровень, структура, динамика. Разновидности цен. Классификация цен.	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	4/0/4		2/0/2	
3. Ценовая информация как основа маркетинговой деятельности.	Понятие ценовой информации и ее содержание. Виды ценовой информации и ее влияние на принятие управленческих решений в сфере маркетинга. Классификационные критерии маркетинговой информации.	Собеседование Тестирование	2/0/2		2/0/2	
4. Состав и структура цены	Формирование цен по стадиям товародвижения. Понятие состава цены. Понятие структуры цен. Характеристика элементов цен (себестоимость, прибыль, налоги, надбавки). Расчет цен, структуры цен. Обоснование уровня торговой надбавки. <i>(решение кейсов (работа в малых группах))</i>	Собеседование Решение практико-ориентированных задач	4/2/4		2/2/2	
Контрольная точка № 1 по темам 1-4		Контрольная работа	2/0/2		1/0/1	
5. Методы ценообразования в маркетинговой деятельности	Правила формирования цен. Понятие методологии ценообразования. Методы затратного ценообразования. Метод дохода на капитал. Метод установления цен с учетом инфляции. Метод обеспечения целевой прибыли. Методики рыночного (ценностного) ценообразования. Метод «снятия сливок». Метод установления цен с ориентацией на конкурентов. Методы параметрического ценообразования. Условия применения параметрических методов ценообразования. Ценообразование на конкурсные проекты. Понятие торгов (тендеров). Сфера применения торгов.	Собеседование Тестирование	4/0/4		2/0/2	
6. Страте-	Стратегии ценообразования. Система	Собеседование	2/2/2		2/2/2	

гии и тактики ценообразования организаций	<p>ценовых стратегий. Процесс создания ценовой стратегии предприятия.</p> <p>Тактические приемы ценообразования. Типы и виды скидок. Скидки за большой объем закупок. Скидки за вне-сезонные закупки. Скидки бонусные. <i>(решение кейсов (работа в малых группах))</i></p>	Тестирование				
7.Ценовая политика предприятия	<p>Ценовая политика предприятия. Инструменты ценовой политики предприятия. Процесс выбора ценовой стратегии и оперативно-тактических инструментов.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	2/0/2		2/0/2	
8. Влияние рыночных факторов на ценообразование	<p>Классификация ценообразующих факторов. Коэффициенты эластичности. Эластичность предложения и ценовых ожиданий. Эластичность ценовых ожиданий.</p> <p>Взаимодействие цены и предложения товара на рынке. Взаимодействие цены и предложения. Факторы, влияющие на цены.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	2/0/2		2/0/2	
Контрольная точка № 2 по темам 5-8		Контрольная работа	2/0/2		2/0/2	
9. Государственное регулирование цен	<p>Ценовое регулирование. Политика цен. Государственная ценовая политика. Прямое регулирование цен и его методы. Косвенное регулирование ценообразования и его методы.</p> <p>Система государственного регулирования цен. Направления ценового регулирования на территории Российской Федерации и в регионах. Продукция, товары, работы и услуги, цены на которые прямо регулируются государством. Регулирование естественных монополий.</p> <p>Законодательство в сфере ценового регулирования. Система органов ценообразования и контроля цен. Функции органов ценообразования и контроля цен.</p>	<p>Собеседование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	2/0/2		2/0/2	
10. Особенности ценообразования на отраслевых рынках	<p>Ценообразование в условиях различных типов рынков. Классификационные признаки рыночных структур. Ценообразование на рынке свободной конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции. Ценообразование в условиях олигополии. Ценообразование на монополизированном рынке.</p> <p><i>(решение кейсов (работа в малых группах))</i></p>	<p>Тестирование</p> <p>Решение практико-ориентированных задач</p>	4/2/4		2/2/2	
11. Особенности	<p>Особенности мирового рынка и их влияние на цены международной тор-</p>	<p>Собеседование</p> <p>Тестирование</p>	4/0/4		2/0/2	

ценообразования во внешне-экономической торговле	говли. Виды мировых товарных рынков. Совокупность факторов, определяющих уровень и динамику цен международной торговли. Виды и разновидности цен международной торговли. Цены на экспортируемые и импортируемые товары. Цены мировых открытых рынков. Взаимосвязь внутренних и внешне-торговых цен. Превышение внутренних цен над мировыми. Проблемы измерения цен в международной торговле.					
Контрольная точка № 3 по темам 9-11		Контрольная работа	2/-/2		1/0/1	
Итого			36/6/36		24/4/24	

\*Интерактивные формы проведения занятий, предусмотренные рабочей программой дисциплины, проводятся в соответствии с Положением об интерактивных формах обучения в ФГБОУ ВО Ставропольский ГАУ.

### 5.3. Курсовой проект (работа) учебным планом не предусмотрен.

### 5.4. Самостоятельная работа обучающегося

Виды самостоятельной работы	Очная форма, часов		Очно-заочная форма, часов	
	к текущему контролю	к промежуточной аттестации	к текущему контролю	к промежуточной аттестации
Подготовка к собеседованиям	16	-	26	
Подготовка к тестированию	16	-	26	
Самостоятельное решение практико-ориентированных задач	18	-	20	
Подготовка к контрольным точкам в виде контрольных работ	12	-	6	
Подготовка контрольной работа (для ЗФО)	-	-	6	
Подготовка к зачету	-	10	-	12
<b>ИТОГО</b>	<b>62</b>	<b>10</b>	<b>84</b>	<b>12</b>

### 6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Ценообразование в маркетинге» размещено в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступно для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета. Учебно-методическое обеспечение включает:

1. Рабочую программу дисциплины «Ценообразование в маркетинге».
2. Методические рекомендации по освоению дисциплины «Ценообразование в маркетинге».
3. Методические рекомендации для организации самостоятельной работы обучающегося по дисциплине «Ценообразование в маркетинге».
4. Методические рекомендации по выполнению контрольных работ.

Для успешного освоения дисциплины, необходимо самостоятельно детально изучить представленные темы по рекомендуемым источникам информации:

№ п/п	Темы для самостоятельного изучения	Рекомендуемые источники информации (№ источника)		
		основная (из п.8 РПД)	дополнительная (из п.8 РПД)	интернет-ресурсы (из п.9 РПД)
1	Ценообразование как составляющая комплекса маркетинга	1,2,3	1,2,4	www.mcx.ru www.gks.ru
2	Система цен в экономике	1,3	1,2,4	www.mcx.ru www.consultant.ru/ www.garant.ru/
3	Ценовая информация как основа маркетинговой деятельности.	1,2,3	1,5,7	<a href="http://www.vopreco.ru">www.vopreco.ru</a> www.mcx.ru
4	Состав и структура цены	1,2,3	1,2,4,8	www.mcx.ru www.garant.ru/
5	Методы ценообразования в маркетинговой деятельности	1,2,3	1,2,4,7	www.mcx.ru www.consultant.ru/
6	Стратегии и тактики ценообразования организаций	1,3	2,3,4,6	www.mcx.ru www.vopreco.ru
7	Ценовая политика торговых организаций	1,2,3	1,2,4	www.gks.ru www.mcx.ru
8	Влияние рыночных факторов на ценообразование	1,2,3	1,2,4,5	<a href="http://www.gks.ru">www.gks.ru</a> www.aup.ru
9	Государственное регулирование цен	1,2,3	2,4,9	www.mcx.ru www.garant.ru/
10	Особенности ценообразования на отраслевых рынках	1,3	2,3,4,6	www.mcx.ru www.vopreco.ru
11	Особенности ценообразования во внешнеэкономической торговле	1,2,3	1,2,4	www.mcx.ru www.gks.ru

**7. Фонд оценочных средств (оценочных материалов) для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Ценообразование в маркетинге»**

**7.1. Перечень индикаторов компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

**Очная форма обучения**

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК- 3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	Стратегический маркетинг								+		
	Маркетинг в социальных сетях							+			
	Маркетинг в отраслях							+			
	Экономика маркетинга						+				
	Маркетинговая политика					+					
	Международный маркетинг							+			
	Ценообразование в маркетинге					+					
	Управление конкурентоспособностью организации							+			
	Маркетинг в АПК			+							
	Товарная политика				+						
	Ассортиментная политика				+						
Производственная практика						+					

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+		
ПК - 4.1 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	Цифровые сервисы в маркетинге										
	Рекламное дело							+			
	Логистика сбыта и распределения						+				
	Маркетинг в социальных сетях							+			
	Экономика маркетинга						+				
	Информационные технологии в маркетинге						+				
	Брендинг								+		
	Ценообразование в маркетинге					+					
	Методы стимулирования продаж						+				
	Маркетинговые коммуникации							+			
	Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах					+					
	Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности					+					
	Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов					+					
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+		
Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений						+					

#### Очно-заочная форма обучения

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК- 3.1 Формирует комплекс маркетинга организации	Стратегический маркетинг								+		
	Маркетинг в социальных сетях							+			
	Маркетинг в отраслях							+			
	Экономика маркетинга						+				
	Маркетинговая политика					+					

Индикатор компетенции (код и содержание)	Дисциплины/элементы программы (практики, ГИА), участвующие в формировании индикатора компетенции	Семестры									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	Международный маркетинг							+			
	Ценообразование в маркетинге					+					
	Управление конкурентоспособностью организации							+			
	Маркетинг в АПК			+							
	Товарная политика				+						
	Ассортиментная политика				+						
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+		
ПК - 4.1 Организует мероприятия, способствующие увеличению продаж продукции	Цифровые сервисы в маркетинге										
	Рекламное дело							+			
	Логистика сбыта и распределения						+				
	Маркетинг в социальных сетях							+			
	Экономика маркетинга						+				
	Информационные технологии в маркетинге						+				
	Брендинг								+		
	Ценообразование в маркетинге					+					
	Методы стимулирования продаж						+				
	Маркетинговые коммуникации								+		
	Электронная коммерция и продвижение на маркетплейсах					+					
	Компьютерное моделирование в профессиональной деятельности					+					
	Применение компьютерных средств для коммерческих расчетов					+					
	Производственная практика						+				
	Преддипломная практика								+		
	Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена								+		
	Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы								+		
Инструменты продвижения сайтов и мобильных приложений						+					

**7.2. Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности**

Оценка знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций по дисциплине «**Ценообразование в маркетинге**» проводится в форме текущего контроля и промежуточной аттестации.

Текущий контроль проводится в течение семестра с целью определения уровня усвоения обучающимися знаний, формирования умений и навыков, своевременного выявления преподавателем недостатков в подготовке обучающихся и принятия необходимых мер по её корректировке, а также для совершенствования методики обучения, организации учебной работы и оказания индивидуальной помощи обучающемуся.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Ценообразование в маркетинге» проводится в форме дифференцированного зачета.

За знания, умения и навыки, приобретенные студентами в период их обучения, выставляются оценки «ОТЛИЧНО», «ХОРОШО», «УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО», «НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО».

Для оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в университете применяется балльно-рейтинговая система оценки качества освоения образовательной программы. Оценка проводится при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций обучающихся. Рейтинговая оценка знаний является интегрированным показателем качества теоретических и практических знаний и навыков студентов по дисциплине.

### **Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очной формы обучения**

Для студентов **очной формы обучения** знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

<b>№ контрольной точки</b>	<b>Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
Контрольная точка 1	Тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 2	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 3	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		<b>60</b>
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, подготовка рефератов.)		15
<b>Итого</b>		<b>100</b>

\*\*\* Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

### **Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций**

**Критерии оценки посещения и работы на лекционных занятиях (max 10 баллов)**

**10 баллов** – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя



**-1 балл** – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

**Результативность работы на практических занятиях** оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

**1 балл** – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**max – 2 балла**);

**1 балл** – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**max – 4 балла**);

**1 балл** – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**max – 8 баллов**).

**0,1 балла** – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**max – 1 балл**).

Рейтинговая оценка знаний при проведении текущего контроля успеваемости **на контрольных точках** позволяет обучающемуся набрать до 60 баллов. Знания, умения и навыки по формируемым компетенциям оцениваются по результатам выполнения письменной контрольной работы (контрольная точка), которая включает теоретический вопрос (оценка знаний), тестовые задания (оценка умений) и практико-ориентированные задания (оценка умений и навыков).

#### Критерии оценивания контрольной точки

Задание (количество)	Количество баллов
Теоретический вопрос (2)	до 4
Тест (10)	до 8
Задача (1)	до 8
Итого	max 20

#### Теоретический вопрос

**4 балла** - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

**3 балла** - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

**2 балла** - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

**1 балл** - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

**0 баллов** - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

### Тестовые задания

**8 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

**7 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

**6 баллов** - при 80% правильных ответов;

**5 баллов** - 60% правильных ответов;

**4 балла** - 50% правильных ответов;

**3 балла** - 40% правильных ответов

**0 баллов** - менее 40% правильных ответов.

### Практико-ориентированная задача

**8 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

**6 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

**4 балла** Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

**3 балла** Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

**2 балла** Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

**1 балл** Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

**0 баллов** Задача не решена.

Если за письменные ответы на контрольной точке обучающийся не получил удовлетворяющее его количество баллов, то он может получить поощрительные баллы. **Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – **max 15 баллов**. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

### Состав балльно-рейтинговой оценки студентов очно-заочной формы обучения

Для студентов **очно-заочной формы обучения** знания по осваиваемым компетенциям формируются на лекционных и практических занятиях, а также в процессе самостоятельной подготовки.

В соответствии с балльно-рейтинговой системой оценки, принятой в Университете студентам начисляются баллы по следующим видам работ:

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка 1	Тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8

№ контрольной точки	Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций***	Максимальное количество баллов
Контрольная точка 2	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
Контрольная точка 3	тестирование	8
	Теоретические вопросы	4
	Практико-ориентированные задачи	8
<b>Сумма баллов по итогам текущего контроля</b>		60
Активность на лекционных занятиях		10
Результативность работы на практических занятиях		15
Поощрительные баллы (написание статей, подготовка рефератов.)		15
Итого		100

\*\*\* Оценочное средство результатов индикаторов достижения компетенций – совпадает с теми, что даны в п. 5.1.

### **Критерии и шкалы оценивания уровня усвоения индикатора компетенций** **Критерии оценки посещения и работы на лекционных занятиях (максимум 10 баллов)**

**10 баллов** – студент посетил все лекции, активно работал на них в полном соответствии с требованиями преподавателя

**-1 балл** – за каждый пропуск лекций или замечание преподавателя по поводу отсутствия активного участия обучающегося в восприятии и обсуждении рассматриваемых вопросов.

**Результативность работы на практических занятиях** оценивается преподавателем по результатам собеседований, текущего тестирования, активности участия в занятиях, проводимых в интерактивной форме, и качеству выполнения практико-ориентированных заданий в рабочей тетради по дисциплине. Максимальное количество баллов, которое можно набрать за результативность работы на практических занятиях – **15 баллов**:

**1 балл** – за каждый устный ответ на практическом занятии в ходе собеседования, оцененный на «хорошо» и «отлично»; **0,5 балла** – за каждый устный ответ на практическом занятии, оцененный на «удовлетворительно» (**максимум – 2 балла**);

**1 балл** – за оцененное на «отлично» или «хорошо» (75-100% правильных ответов) выполнение текущего тестового задания по каждой из тем; **0,5 балла** - за оцененное на «удовлетворительно» (50-75% правильных ответов); **0 баллов** - за оцененное на «неудовлетворительно» (менее 50% правильных ответов) (**максимум – 4 балла**);

**1 балл** – за активное участие в практических занятиях, проводимых в интерактивной форме (**максимум – 8 баллов**).

**0,1 балла** – за оцененное на «отлично» выполнение заданий рабочей тетради (решение практико-ориентированных задач) по каждой из тем (**максимум – 1 балл**).

Рейтинговая оценка знаний при проведении текущего контроля успеваемости **на контрольных точках** позволяет обучающемуся набрать до 60 баллов. Знания, умения и навыки по формируемым компетенциям оцениваются по результатам выполнения письменной контрольной работы (контрольная точка), которая включает теоретический вопрос (оценка знаний), тестовые задания (оценка умений) и практико-ориентированные задания (оценка умений и навыков).

#### **Критерии оценивания контрольной точки**

Задание (количество)	Количество баллов
Теоретический вопрос (2)	до 4
Тест (10)	до 8

Задача (1)	до 8
Итого	max 20

### Теоретический вопрос

**4 балла** - выставляется, когда студентом дан полный, развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, доказательно раскрыты основные положения вопросов; в ответе прослеживается четкая структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий, явлений; ответ изложен литературным языком с использованием современной экономической терминологии.

**3 балла** - выставляется, когда студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, показана совокупность осознанных знаний по дисциплине, в основном раскрыт обсуждаемый вопрос; в ответе прослеживается логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий и явлений; ответ изложен литературным языком с использованием экономической терминологии, но могут быть допущены недочеты в определении понятий, исправленные студентом самостоятельно в процессе ответа.

**2 балла** - выставляется, когда студентом дан не полный ответ на поставленный вопрос, слабо раскрыты основные положения вопросов; в ответе нарушается структура, логическая последовательность, отражающая сущность раскрываемых понятий; в процессе ответа используется экономическая терминология, но студентом допускаются недочеты в определении понятий и не исправляются самостоятельно в процессе ответа.

**1 балл** - дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

**0 баллов** - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

### Тестовые задания

**8 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 100% правильных ответов;

**7 баллов** - выставляется студенту, если в тесте 90% правильных ответов

**6 баллов** - при 80% правильных ответов;

**5 баллов** - 60% правильных ответов;

**4 балла** - 50% правильных ответов;

**3 балла** - 40% правильных ответов

**0 баллов** - менее 40% правильных ответов.

### Практико-ориентированная задача

**8 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении, в выборе формул и решении нет ошибок, получен верный ответ, задача решена рациональным способом. Работа выполнена в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

**6 баллов** Задача решена в обозначенный преподавателем срок. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ.

**4 балла** Задача решена с задержкой. Работа выполнена не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы. Составлен правильный алгоритм решения задачи, в логическом рассуждении и решении нет существенных ошибок; правильно сделан выбор формул для решения; есть объяснение решения, но задача решена нерациональным способом или допущено не более двух несущественных ошибок, получен верный ответ

**3 балла** Задача решена с задержкой. Задание понято правильно, в логическом рассуждении нет существенных ошибок, но допущены существенные ошибки в выборе формул или в математических расчетах; задача решена не полностью или в общем виде.

**2 балла** Задача решена частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

**1 балл** Задача решена неправильно и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов

**0 баллов** Задача не решена.

Если за письменные ответы на контрольной точке обучающийся не получил удовлетворяющее его количество баллов, то он может получить поощрительные баллы. **Поощрительные баллы** начисляются за написание статей, участие в конкурсах, победы на олимпиадах, выступления на конференциях – *max 15 баллов*. (Темы для написания статей обговариваются с преподавателем).

### **Критерии и шкалы оценивания ответа на дифференцированном зачете**

Сдача дифференцированном зачете может добавить к балльно-рейтинговой оценке студентов не более 16 баллов. Итоговая успеваемость на дифференцированном зачете не может оцениваться ниже суммы баллов, которую студент набрал по итогам текущей и промежуточной успеваемости.

<b>Вопрос билета</b>	<b>Количество баллов</b>
Вопрос 1	до 5
Задача	до 5

#### ***Теоретический вопрос***

**5 баллов** выставляется студенту, полностью освоившему материал дисциплины или курса в соответствии с учебной программой, включая вопросы рассматриваемые в рекомендованной программой дополнительной справочно-нормативной и научно-технической литературы, свободно владеющему основными понятиями дисциплины. Требуется полное понимание и четкость изложения ответов по заданию (билету) и дополнительным вопросам, заданных экзаменатором. Дополнительные вопросы, как правило, должны относиться к материалу дисциплины или курса, не отраженному в основном задании (билете) и выявляют полноту знаний студента по дисциплине.

**4 балла** заслуживает студент, ответивший полностью и без ошибок на вопросы задания и показавший знания основных понятий дисциплины в соответствии с обязательной программой курса и рекомендованной основной литературой.

**3 балла** дан недостаточно полный и недостаточно развернутый ответ. Логика и последовательность изложения имеют нарушения. Допущены ошибки в раскрытии понятий, употреблении терминов. Студент не способен самостоятельно выделить существенные и несущественные признаки и причинно-следственные связи. Студент может конкретизировать обобщенные знания, доказав на примерах их основные положения только с помощью преподавателя. Речевое оформление требует поправок, коррекции.

**2 балла** дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

**1 балл** дан неполный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

**0 баллов** - при полном отсутствии ответа, имеющего отношение к вопросу.

#### ***Оценивание задачи***

**5 баллов** Задачи решены в полном объеме с соблюдением необходимой последовательности.

**4 балла** Задачи решены с небольшими недочетами.

**3 балла**

**2 балла** Задачи решены не полностью, но объем выполненной части таков, что позволяет получить правильные результаты и выводы.

**1 балл** Задачи решены частично, с большим количеством вычислительных ошибок, объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

**0 баллов** Задачи не решены или работа выполнена не полностью, и объем выполненной части работы не позволяет сделать правильных выводов.

### **7.3. Примерные оценочные материалы для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины «Ценообразование в маркетинге»**

В качестве заданий для текущего контроля успеваемости могут быть использованы задания подобного содержания:

#### **Примерные вопросы для собеседования**

1. Дайте определение категории ценообразование и цена
2. Перечислите и охарактеризуйте функции цен:
3. Понятие системы цен.
4. Виды цен. Классификационные признаки, формирующие систему ценообразования.
5. Формирование цен по стадиям товародвижения.
6. Понятие состава цены.
7. Способы определения величины снабженческо-сбытовой (оптовой) надбавки.
8. Регулирование уровня снабженческо-сбытовых надбавок.
9. Определение суммы торговой надбавки. Обоснование уровня торговой надбавки
10. Правила формирования цен.
11. Понятие методологии ценообразования.

#### **Примерные тестовые задания**

1. Если коэффициент перекрестной эластичности спроса по цене больше нуля, то товары являются:
  - а) взаимодополняющими;
  - б) взаимозаменяемыми;
  - в) независимыми;
  - г) нормальными.
2. Эффект дохода возникает в связи с тем, что:
  - а) снижение цены товара увеличивает (при прочих равных условиях) реальный доход потребителя;
  - б) повышение цены товара увеличивает номинальный доход потребителя;
  - в) снижение цены товара (при прочих равных условиях) уменьшает реальный доход потребителя.
3. Цена директивная – это:
  - а) цена, при которой объем спроса на товар равен объему его предложения;
  - б) максимальное количество денег, которое покупатель готов заплатить за товар;
  - в) значение цены, устанавливаемое государством в качестве ее верхнего или нижнего предела;
  - г) цена, складывающаяся на рынке в ходе взаимодействия продавцов и покупателей.
4. Учетно-контрольная функция цены предполагает ...
  - а) осуществление связи производства и потребления;
  - б) возможность ее использования для измерения результатов и стоимостного учета различных экономических процессов;
  - в) стимулирующее воздействие на продавца и покупателя товаров;
  - г) регулирование доходов отраслей, организаций, населения.

5. В какой рыночной структуре ограничено использование метода определения цены на основе цен конкурентов?

- а) на рынке совершенной конкуренции;
- б) на олигополистическом рынке;
- в) на рынке монополистической конкуренции;
- г) на рынке монополии.

6. Производитель обычно поднимает свои цены, если:

- а) имеет незанятые производственные мощности;
- б) не может выполнить все заказы;
- в) стремится увеличить объем заказов;
- г) считает спрос эластичным.

7. Если зависимость цены изделия от одного из технико-экономических параметров имеет вид:  $C = 390,65 + 204,68X$ , чему будет равна цена изделия, для которого  $X_t = 360$  мЗ/ч?

- а) 74075,45 руб.;
- б) 955,33 руб.;
- в) 99347,12 руб.;
- г) 7797,67 руб.

8. Агрегатный метод ценообразования заключается в:

- а) определении зависимости изменения цены от изменения технико-экономических параметров изделия;
- б) суммировании стоимости баллов, присвоенных каждому изделию параметрического ряда;
- в) определении зависимости изменения цены от изменения одного основного параметра;
- г) суммировании цен отдельных конструктивных частей изделий, входящих в параметрический ряд, с добавлением стоимости оригинальных узлов, затрат на сборку и нормативной прибыли.

9. К методам определения цен с ориентацией на конкуренцию относятся:

- а) определение цен на основе точки безубыточности;
- б) определение цены на основе привычных, принятых в практике данного рынка цен;
- в) определение престижных цен;
- г) определение цен с ориентацией на ощущаемую потребителем ценностную значимость товара.

10. Что из нижеперечисленного не является характеристикой деформированного рынка:

- а) несбалансированность спроса и предложения;
- б) чрезмерное развитие теневой экономики;
- в) наличие в экономике разнообразных форм собственности;
- г) отсутствие у потребителя права выбора товара.

### **Примерные практикоориентированные задания для текущего контроля**

1. Определите среднюю цену, если служба маркетинга в течение месяца зарегистрировала цены яблок на рынке и зафиксировала следующие результаты:

Дата	1.07	4.07	5.07	8.07	15.07	17.07	20.07	24.07	25.07	27.07	30.07
Цена, руб.	56	57	56	58	56	55	55	56	54	57	55

2. Сельскохозяйственное предприятия «Колос» реализует овощи с мая по ноябрь. Информация о ценах и объемах реализации представлена ниже. Определите среднюю цену, по которой реализуются овощи:

Показатель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь
Объем продаж, т.	1,5	2,2	3,7	3,6	3,9	4,1	4,4
Цена реализации за 1 тонну, руб.	4010	3950	3810	3800	3950	4010	4100

3. Определить уровень цен 1 тонны молочной продукции на различных этапах их формирования.

Таблица 1. – Исходные данные для выполнения задания 1.

№	Наименование статей затрат	Масло «Крестьянское»	Молоко 2.5% жирности	Кефир 2.5% жирности	Смета на 15% жирности	Творог 5% жирности
1	Сырье и основные материалы, руб.	83213	8143	8150	19304	22573
2	Вспомогательные материалы, руб.	2128	1313	1335	2735	2233
3	Транспортные расходы, руб.	3592	220	234	1425	1652
4	Топливо, электроэнергия, руб.	3473	1235	1265	2651	2944
5	Основная заработная плата, руб.	2560	1119	1129	1581	2069
6	Отчисления на социальное страхование, руб. (30,2%)					
7	Содержание, эксплуатация оборудования, руб.	1145	260	283	1270	2245
8	Общепроизводственные расходы, руб.	704	150	163	733	1348
9	Дополнительное удорожание (налоги, проценты за кредит), руб.	1858	212	212	892	1594
10	Производственная себестоимость, руб.					
11	Коммерческие расходы, руб.	2593	196	200	974	1048
12	Полная производственная себестоимость, руб.					
13	Уровень рентабельности, %	-5,7	4,8	8,7	1,03	11,4
14	Прибыль (убыток), руб.					
15	Оптовая цена изготовителя, руб. (ОЦИ)					
16	НДС, руб.					
17	Оптово-отпускная цена, руб. (ООЦ)					
18	Снабженческо-сбытовая надбавка, %	15	12	11	18	12
19	Снабженческо-сбытовая надбавка, руб.					
20	Оптовая цена закупки, руб.					
21	Торговая надбавка, %	15	15	15	14	16
22	Торговая надбавка, руб.					
23	Розничная цена 1 тонны, руб.					
24	Вес нетто 1 упаковки, кг.	0,2	1	1	0,4	0,25
25	Средняя цена одной упаковки, руб.					



4. Определить 1 м. шерстяной ткани. При этом исчислить следующие виды цен:

1. цену 1 кг. мытой шерсти
2. цену 1 кг. шерстяной пряжи
3. цену 1 м. суровых шерстяных тканей
4. цену 1 м. готовых шерстяных тканей без НДС

Исходные данные:

1. средняя цена 1 кг. невытой шерсти для предприятий первичной обработки шерсти -10 руб.
2. расходы по первичной обработке 1,6 руб. на 1 кг. невытой шерсти
3. рентабельность предприятия первичной обработки шерсти определена в размере 12% полной себестоимости 1 кг мытой шерсти
4. расходы по прядению – 0,9 руб. на 1 кг. мытой шерсти
5. рентабельность прядильного производства 7% полной себестоимости 1 кг. пряжи
6. затраты по ткачеству – 1,1 руб. на 1 кг. пряжи
7. рентабельность ткацкого производства – 8 % полной себестоимости 1 м. суровых шерстяных тканей
8. расходы по отделке тканей 1,7 руб. на 1 м. суровых шерстяных тканей
9. рентабельность отделочного производства – 7% полной себестоимости 1 м. готовых шерстяных тканей
10. торговая надбавка - 12%
11. НДС – 18%

Размеры выхода готовой продукции из сырья:

1. выход чистой шерсти из 1 кг. невытой шерсти – 47%
2. выход пряжи из мытой шерсти – 85%
3. расход пряжи на 1 м. суровых тканей – 300 гр.
4. усадка суровых тканей при отделке – 15%

5. Рассчитать максимальную цену, по которой приобретет товар предприятие розничной торговли, если по условиям реализации его розничная цена (с НДС) не может быть выше 490 руб., уровень торговой надбавки по данной группе товаров составляет 18 %.

Определите, приемлема ли рассчитанная цена для предприятия-изготовителя, если себестоимость производства изделия – 280,4 руб., рентабельность продукции – 13 %, ставка НДС – 18 %.

Оцените возможность наличия оптового звена между производителем и розничной торговлей, определив размер и уровень оптовой надбавки.

### **Типовые контрольные работы для студентов очно-заочной формы обучения**

Варианты для контрольной работы, выполненной в виде контрольной точки (аудиторной) по всем темам формируются из тех же материалов, которые были приведены выше для студентов очной формы обучения.

### **Типовая контрольная работа для студентов заочной формы обучения**

#### Теоретические вопросы (оценка знаний):

1. Направления ценового регулирования на территории Российской Федерации. (10 баллов);
2. Условия применения параметрических методов ценообразования. (10 баллов).

#### Практико-ориентированные задания (оценка умений, навыков):

. Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 0.2 руб., если текущая цена товара 3 руб., планируемый объем продаж 1 млн. штук. Известно, что конкуренты вслед за фирмой также снизят свои цены. Показатель эластичности спроса по цене 1.6. (10 баллов).

### **Вопросы к зачету для студентов**

1. Предмет и метод изучения дисциплины «Ценообразование»
2. Понятие и экономические основы цены
3. Экономические функции цен
3. Концептуальные основы цены (теории)

4. Понятие и характеристика системы цен
5. Классификационные признаки и виды цен (территориальность, период, конкретность...)
6. Формирование цен по стадиям товародвижения, характеристика элементов цены
7. Порядок формирования себестоимости продукции и её значение для целей ценообразования
8. Классификация издержек
9. Роль прибыли в составе цены
10. Влияние налогов на ценообразование
11. Правила установления цен
12. Сущность рыночного ценообразования и характеристика его методов
13. Сущность затратного ценообразования и характеристика его методов
14. Характеристика частных принципов ценообразования
15. Характеристика общих принципов ценообразования
16. Сущность ценовой политики предприятия и её цели
17. Параметрические методы ценообразования
18. Этапы ценовой политики фирмы
19. Ценовые стратегии: сущность, виды
20. Тактика ценообразования
21. Типы и виды скидок
22. Сущность и цели государственного регулирования цен
23. Характеристика прямых методов государственного регулирования цен
24. Характеристика косвенных методов государственного регулирования цен
25. Понятие ценообразующих факторов
26. Взаимосвязь спроса и цены
27. Взаимодействие цены и предложения
28. Классификация ценообразующих факторов
29. Ценообразование на рынке чистой конкуренции
30. Понятие, основные черты и роль инфляции в изменении цен.
31. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции
32. Ценообразование на рынке олигополистической конкуренции
33. Методы борьбы с инфляцией
34. Особенности метода ценообразования «средние издержки плюс прибыль»
35. Расчет цены на основе обеспечения безубыточности.
36. Информация, необходимая для принятия ценовых решений.
37. Ценообразование на рынке чистой монополии. Государственное регулирование монополий
38. Регулирование цен со стороны органов исполнительной власти.
39. Специфика формирования мировых цен
40. Сущность тендерного ценообразования
41. Государственные структуры, осуществляющие контроль за ценами.
42. Правовое регулирование цен и ценообразования в РФ.

В данном разделе РПД приведены типовые задания для проведения текущего контроля успеваемости студентов и промежуточной аттестации. Полный перечень заданий содержится в фонде оценочных средств и учебно-методическом комплексе по дисциплине «Ценообразование в маркетинге», который размещен в электронной информационно-образовательной среде Университета и доступен для обучающегося через его личный кабинет на сайте Университета.

#### **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

##### **а) основная литература:**

1. ЭБС «Znanium»: Слепов, В. А. Ценообразование : учебник; ВО - Бакалавриат, Магистратура/Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова. - Москва: Издательство "Магистр", 2022. - 304 с. - URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=387149>.

2. ЭБС «Znanium»: Чайкина И. И. Ценообразование: учебник / Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И., - 3-е изд., перераб. - М.: Дашков и К, 2017. - 248 с. - Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=937490>
3. Косинова, Е. А. Ценообразование : учеб. пособие по направлению 38.03.01 "Экономика"/Е. А. Косинова ; СтГАУ. - Ставрополь, 2018. - 1,26 МБ

**б) дополнительная литература:**

1. ЭБС «Лань»: Шуляк, П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. — 196 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/93298>.
2. ЭБС «Лань»: Ценообразование [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Г.А. Тактаров [и др.]. — Электрон. дан. — Москва : Финансы и статистика, 2014. — 192 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69225>.
3. ЭБ «Труды ученых СтГАУ»: Ценообразование в АПК [электронный полный текст] : учеб.-метод. пособие для студентов специальности "Финансы и кредит" всех форм обучения / сост.: Ю. В. Рыбасова, А. Т., Айдинова, А. Я. Агаджанян, Н. В. Дешеева ; СтГАУ. - Ставрополь : АГРУС, 2011. - 1,22 МБ.
4. ЭБ «Труды ученых СтГАУ»: Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика [электронный полный текст] : учеб. пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова ; СтГАУ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь : АГРУС, 2012. - 1,05 МБ.
5. "Ценообразование : учеб.-метод. пособие для студентов экон. специальностей / сост.: В. И. Трухачев, Н. В. Лазарева, Ю. В. Рыбасова, А. Я. Агаджанян ; СтГАУ. - Ставрополь : АГРУС, 2009. - 84 с.
6. Салимжанов, И. К. Ценообразование : учебник для студентов по специальностям: ""Экон. теория"", ""Нац. экономика"", ""Экономика и упр. на предприятии (по отраслях)"". - 2-е изд., стер. - М. : КНОРУС, 2008. - 304 с. - (Гр. УМО).
7. Ценообразование : учеб. пособие по специальности ""Финансы и кредит"" / под ред. Г. А. Тактарова. - М. : Финансы и статистика, 2005. - 176 с. : ил. - (Гр. УМО).
8. Экономика сельскохозяйственных и перерабатывающих предприятий (периодическое издание).
9. Экономика и предпринимательство (периодическое издание).
10. Российский экономический журнал (периодическое издание).

**б) Методические материалы, разработанные преподавателями кафедры по дисциплине, в соответствии с профилем ОП.**

1. ЭБ «Труды ученых СтГАУ»: Косинова, Е. А. Ценообразование: теория и практика [электронный полный текст] : учеб. пособие / Е. А. Косинова, Е. Н. Белкина, А. Я. Казарова ; СтГАУ. - 2-е изд., перераб. и доп. - Ставрополь : АГРУС, 2012. - 1,05 МБ.
2. "Ценообразование : учеб.-метод. пособие для студентов экон. специальностей / сост.: В. И. Трухачев, Н. В. Лазарева, Ю. В. Рыбасова, А. Я. Агаджанян ; СтГАУ. - Ставрополь : АГРУС, 2009. - 84 с. ЭБ «Труды ученых СтГАУ» : Рыбасова, Ю. В
3. Экономика организаций : практикум для студентов экон. направлений/Ю. В. Рыбасова, О. А. Чередниченко, В. В. Куренная, С. В. Аливанова ; Ставропольский ГАУ. - Ставрополь, 2019. - 828 КБ"

**9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

1. Правительство РФ – <http://government.ru>
2. Министерство экономического развития РФ – [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)
3. Федеральная налоговая служба – [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)
4. Высшая Школа Экономики (Государственный Университет) -<http://www.hse.ru>
5. [www.economy.gov.ru/mines/main](http://www.economy.gov.ru/mines/main) - Министерство экономического развития РФ.
6. [www.mcsx.ru](http://www.mcsx.ru) - Министерство сельского хозяйства РФ.
7. [www.gks.ru](http://www.gks.ru) - Федеральная служба государственной статистики.
8. <http://www.consultant.ru/> - справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
9. <http://www.garant.ru/> - справочно-поисковая система СПС «Гарант»

10. <http://eur.ru/> - Экономика и управление на предприятиях. Научно-образовательный портал. Библиотека экономической и управленческой литературы.
11. <http://www.aup.ru> - Административно-Управленческий Портал - бесплатная электронная библиотека по вопросам экономики, финансов, менеджмента и маркетинга на предприятии.

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» предусматривает изучение тем, в которых рассматриваются экономическая сущность организации и механизм ее функционирования, организационная и производственная структура, экономический потенциал организаций и показатели его использования и др.; дается системное представление об экономических проблемах, связанных с управлением организацией в целом и такими ее элементами как ценообразование, маркетинг, логистика и др.; осуществляется оценка использования всех производственных ресурсов, эффективности деятельности организации в целом и др.

Дисциплина тесно связана с другими учебными дисциплинами, в которых изучаются микроэкономика, предпринимательство, анализ хозяйственной деятельности. В процессе изучения курса также изучаются нормативные и законодательные акты, формирующие правовую и экономическую основу функционирования предприятия.

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» предусматривает изучение принципов и законо-мерностей функционирования организации как хозяйственной системы, методов оценки, планирования и управления деятельностью организации в целях повышения ее эффективности.

Лекционное занятие является одной из основных системообразующих форм организации учебного процесса. Лекция представляет собой систематическое, последовательное, монологическое изложение преподавателем - лектором учебного материала, как правило, теоретического характера. Результатом прослушивания лекции для студентов является конспект. При написании конспекта хорошо оставлять свободные места, предусмотреть поля, так как при проработке материала с использованием книги бывает необходимо дополнить или скорректировать записи. Такая работа с конспектом приводит к глубокому пониманию и освоению предмета.

Практические занятия проводятся в виде практических работ (обсуждение контрольных и проблемных вопросов, решение практико-ориентированных задач, рассмотрение примеров из практики отечественных предприятий и т.п.). Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» носит прикладной характер, а следовательно, особое внимание при проведении практических занятий уделяется тем теоретическим положениям и практическим навыкам, которые могут быть использованы в будущей практической деятельности.

Чтобы облегчить выполнение заданий, необходимо определить временные рамки. Еженедельная подготовка по экономике организаций требует временных затрат. Четкое фиксирование по времени регулярных дел, закрепление за ними одних и тех же часов – важный шаг к организации времени. При учете времени надо помнить об основной цели рационализации – получить наибольший эффект с наименьшими затратами. Учет – лишь средство для решения основной задачи: сэкономить время.

Важная роль в организации учебной деятельности отводится учебно-тематическому плану дисциплины, дающему представление не только о тематической последовательности изучения курса, но и о затратах времени, отводимом на изучение курса. Успешность освоения курса «Ценообразование в маркетинге» во многом зависит от правильно спланированного времени при самостоятельной подготовке (в зависимости от специальности от 2–3 до 5 часов в неделю).

При подготовке к занятиям по экономике организаций необходимо руководствоваться нормами времени на выполнение заданий. Например, при подготовке к занятию на проработку конспекта одной лекции, учебников, как правило, отводится от 0,5 часа до 2 часов, а на изучение первоисточников объемом 16 страниц печатного текста с составлением конспекта 1,5–2 часа, с составлением лишь плана около 1 часа.

Успешное изучение курса «Ценообразование в маркетинге» предполагает активное, творческое участие студента на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделяется целям, задачам, структуре и содержанию курса.

Каждую неделю рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Начиная изучение курса, студенту необходимо:

- ознакомиться с программой, изучить список рекомендуемой литературы. К программе курса необходимо будет возвращаться постоянно, по мере усвоения каждой темы в отдельности, для того чтобы понять: достаточно ли полно изучены все вопросы;
- внимательно разобраться в структуре курса «Ценообразование в маркетинге», в системе распределения учебного материала по видам занятий, формам контроля, чтобы иметь представление о курсе в целом, о лекционной и семинарской части всего курса изучения;
- обратиться к методическим пособиям по дисциплине, позволяющим ориентироваться в последовательности выполнения заданий.

## **11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства и информационных справочных систем (при необходимости).**

### **11.1 Перечень лицензионного программного обеспечения**

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующее программное обеспечение: Microsoft Windows, Office; Kaspersky Total Security.

### **11.2 Перечень свободно распространяемого программного обеспечения**

### **11.3 Перечень программного обеспечения отечественного производства**

При осуществлении образовательного процесса студентами и преподавателем используются следующие информационно справочные системы: СПС «Консультант плюс», СПС «Гарант».

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

<b>№ п/п</b>	<b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>	<b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>
1	Учебная аудитория для проведения лекционных занятий (ауд. № 160, площадь – 202,7 м <sup>2</sup> ).	Оснащение: специализированная мебель на 180 посадочных мест, персональный компьютер – 1 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., трибуна для лектора – 1 шт., микрофон – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет», выход в корпоративную сеть университета.
2	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (ауд. № 122, площадь – 48,9 м <sup>2</sup> ).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
3	Учебные аудитории для самостоятельной работы студентов:	
	1. Читальный зал научной библиотеки (площадь 177 м <sup>2</sup> )	1. Оснащение: специализированная мебель на 100 посадочных мест, персональные компьютеры – 56 шт., телевизор – 1 шт., принтер – 1 шт., цветной принтер – 1 шт., копировальный аппарат – 1 шт., сканер – 1 шт., Wi-Fi оборудование, подключение к сети «Интернет», доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
	2. Учебная аудитория (ауд. № 122, площадь – 48,9 м <sup>2</sup> ).	2. Оснащение: специализированная мебель на 12 посадочных мест, персональные компьютеры – 12 шт., интерактивная доска – 1 шт., проектор – 1 шт., классная доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, информационные плакаты, подключение к сети «Интернет».

		нет», доступ в доступ в электронную информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
4	<b>Учебная аудитория для групповых и индивидуальных консультаций</b> (ауд. № 122, площадь – 48,9 м <sup>2</sup> ).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.
5	<b>Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации</b> (ауд. № 122, площадь – 48,9 м <sup>2</sup> ).	Оснащение: специализированная мебель на 28 посадочных мест, рабочие станции 14 шт., проектор Sanyo PLS-XU10 – 1 шт., интерактивная доска SMART Board 690 – 1 шт., учебно-наглядные пособия в виде презентаций, подключение к сети «Интернет», информационно-образовательную среду университета, выход в корпоративную сеть университета.

### **13. Особенности реализации дисциплины лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Обучающимся с ограниченными возможностями здоровья предоставляются специальные учебники и учебные пособия, иная учебная литература, специальные технические средства обучения коллективного и индивидуального пользования, предоставление услуг ассистента (помощника), оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь, а также услуги сурдопереводчиков и тифлосурдопереводчиков.

#### **а) для слабовидящих:**

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- задания для выполнения, а также инструкция о порядке проведения экзамена оформляются увеличенным шрифтом;

- задания для выполнения на экзамене зачитываются ассистентом;

- письменные задания выполняются на бумаге, надиктовываются ассистенту;

- обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;

- студенту для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство;

#### **в) для глухих и слабослышащих:**

- на экзамене присутствует ассистент, оказывающий студенту необходимую техническую помощь с учетом индивидуальных особенностей (он помогает занять рабочее место, передвигаться, прочитать и оформить задание, в том числе записывая под диктовку);

- экзамен проводится в письменной форме;

- обеспечивается наличие звукоусиливающей аппаратуры коллективного пользования, при необходимости поступающим предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- по желанию студента экзамен может проводиться в письменной форме;

#### **д) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата (тяжелыми нарушениями двигательных функций верхних конечностей или отсутствием верхних конечностей):**

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или надиктовываются ассистенту;

- по желанию студента экзамен проводится в устной форме.

Рабочая программа дисциплины «Ценообразование в маркетинге» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент и учебного плана по профилю «Маркетинг»

Автор:

к.э.н., доцент Косинова Е.А.

Рецензенты:

к.э.н., доцент Рыбасова Ю.В.

к.э.н., доцент Воробьева Н.В.

Рабочая программа дисциплины «Ценообразование в маркетинге» рассмотрена на заседании кафедры «Экономической теории, маркетинга и агроэкономики» протокол № 18 от «16» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг»

Заведующая кафедрой  
экономической теории, маркетинга и агроэкономики,  
д-р.экон. наук, профессор

О. Н. Кусакина

Рабочая программа дисциплины «Ценообразование в маркетинге» рассмотрена на заседании учебно-методической комиссии экономического факультета протокол № 9 от «19» мая 2022 г. и признана соответствующей требованиям ФГОС ВО и учебного плана по направлению подготовки 38.03.01 Менеджмент, профиль подготовки «Маркетинг».

Руководитель ООП

к.э.н, доцент Агаларова Е.Г.