

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Ценообразование и управление затратами»

Дисциплина «Ценообразование и управление затратами» является частью программы бакалавриата «Цифровая экономика и управление на предприятиях машиностроения» по направлению «38.03.01 Экономика».

Цели и задачи дисциплины

Цель учебной дисциплины: формирование комплекса знаний, умений и навыков в области ценообразования на товары, работы и услуги, а также управления затратами, связанными с их производством под влиянием рыночных факторов и действующего законодательства.

Задачи дисциплины:

- формирование знаний: структуры и классификации цен; принципов ценообразования; содержания ценовой политики, методов ценообразования и видов ценовых стратегий; видов ценовых скидок; методов ценовой конкуренции; законодательных актов в сфере ценообразования; методов государственного регулирования ценообразования; теоретических основ контроллинга как метода управления затратами;
- формирование умений: применять методы ценообразования и разрабатывать ценовые стратегии на отраслевых предприятиях; определять размеры ценовых скидок; применять методы ценовой конкуренции и анализа допустимого изменения цен; применять методы управления затратами; прогнозировать и планировать затраты в их взаимосвязи с качеством продукции;
- формирование навыков: расчета цен, использования методов ценообразования и разработки ценовых стратегий на отраслевых предприятиях; расчета ценовых скидок; проведения анализа ценовой конкуренции и допустимого изменения цен; определения экономического эффекта в результате управления ценами и затратами; контроля и проведения анализа затрат на отраслевом предприятии.

Изучаемые объекты дисциплины

- общие принципы ценообразования;
- методы ценообразования;
- ценовая политика;
- современные методы управления затратами.

Объем и виды учебной работы очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	18	18

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		7
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	32	32
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	+	+
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

Содержание дисциплины очная форма обучения

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
7-й семестр				
Основные подходы к пониманию цены. Методы ценообразования	8	0	14	30
Введение. "Основные понятия, термины и определения." Предмет и задачи дисциплины. Экономические основы эффективного управления ценообразованием на предприятии. Особенности анализа рыночного спроса. Стратегия предприятия и ее отражение в политике ценообразования. Тема 1. "Понятие цены, структура, классификация цен." Методы ценообразования. Сущность цен и ценообразования. Основные функции цен. Система и классификация цен. Состав и структура цены. Факторы ценообразования. Рыночные спрос и предложение. Оценка и анализ эластичности спроса и предложения. Ценообразование и структура рынка. Методологические аспекты и принципы ценообразования. Тема 2. "Затратное ценообразование." Экономическая логика затратного ценообразования. Модель затратного ценообразования. Расчет цен на основе наценок. Основные подходы к управлению ценообразованием в фирме. Ценообразование исходя из целевой рентабельности инвестиций. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок. Тема 3. "Скидки за особые условия продаж как ин-				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
<p>струмент ценовой политики фирмы." Система скидок с цен как инструмент стимулирования продаж. Скидки за большой объем закупок. Простые скидки за большой размер приобретаемой партии. Накопительные (кумулятивные) скидки. Скидки за внесезонную закупку. Скидки за ускорение оплаты. Скидки для поощрения продаж нового товара. Скидки при комплексной закупке товаров. Скидки за отказ от товаров фирм-конкурентов. Скидки для верных или "престижных" покупателей. Контроль за скидками как способ предотвращения потерь прибыли.</p> <p>Тема 4. "Основные подходы и обоснованный расчет издержек для затратного ценообразования." Классификация издержек для целей ценообразования. Альтернативные и предотвратимые издержки и их роль в обосновании цен. Обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам. Модель затратного ценообразования. Модель кумулятивных средних затрат времени. Модель кумулятивных приростных затрат времени</p>				
Особенности ценообразования на предприятиях	10	0	18	24
<p>Тема 5. "Ценность товара как фактор формирования его цены." Ценность товара: что это такое и от чего она зависит. Процедура определения экономической ценности товара. Основы ценообразования на предприятиях. Эволюция механизма цен на мировом рынке.</p> <p>Тема 6. "Ценовая конкуренция и ценовые войны." Влияние конкуренции на процесс обоснования цен. Ценовая стратегия фирмы как элемент ее маркетингового плана. Разработка ценовой политики в соответствии с выбранной стратегией ценообразования. Проблемы эффективного использования информационных потоков для реализации ценовой стратегии. Ценовые факторы выбора конкурентной стратегии. Факторы, определяющие цены.</p> <p>Тема 7. "Основы формирования ценовой стратегии." Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования. Механизм ценообразования на внутреннем рынке товаров и услуг.</p> <p>Тема 8. "Сущность управления затратами предприятия." Понятие и значение "управление затратами". Понятие "затраты", "расходы", "издержки". Цель и задачи управления затратами. Субъекты, объекты и функции управления затратами. Техника управле-</p>				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
<p>ния затратами. Понятие экономических и бухгалтерских затрат. Понятие "место возникновения затрат", "носитель затрат", "центр затрат". Основные принципы управления затратами на предприятии. Тема 9. "Классификация текущих затрат." Общие положения классификации затрат. Классификация затрат по экономическим элементам. Классификация и содержание затрат на производство продукции и определение прибыли. Классификация затрат на производство продукции и определение прибыли. Классификация затрат на производство по экономическим элементам. Классификация производственных затрат по статьям расхода. Классификация производственных затрат для принятия управленческих решений краткосрочного характера. Классификация затрат для осуществления контроля и регулирования.</p> <p>Тема 10. "Методы управления затратами." Методы деления затрат на постоянные и переменные. Использование маржинального подхода в управлении затратами. Анализ соотношения «затраты-объем-прибыль» (CVP-анализ). Маржинальный запас рентабельности. Операционный рычаг. Влияние структуры затрат на прибыль. Анализ структуры затрат. Контроллинг как метод управления затратами</p>				
ИТОГО по 7-му семестру	18	0	32	54
ИТОГО по дисциплине	18	0	32	54

Тематика примерных практических занятий

№ п.п.	Наименование темы практического (семинарского) занятия
1	Приобретение умений анализировать рыночный спрос
2	Приобретение умений оценки и анализа эластичности спроса и предложения
3	Приобретение умений расчета цен на основе наценок
4	Приобретение умений применения скидок как инструмента стимулирования продаж
5	Приобретение умений расчета издержек и рентабельности для затратного ценообразования
6	Приобретение умений анализа экономического изменения цен: простейшие приемы
7	Приобретение умений определения экономической ценности товара
8	Приобретение умений разработки ценовой политики в соответствии с выбранной стратегией ценообразования
9	Приобретение умений выбора конкурентной стратегии на основе анализа ценовых факторов
10	Применение умений использования стратегии премиального ценообразования
11	Применение умений использования стратегии ценового прорыва
12	Приобретение умений рассчитывать цену методом прямых издержек
13	Применение умений использования маржинального подхода в управлении затратами предприятия