

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.3.1 ТЕОРИЯ ЦЕНОВОГО ПОВЕДЕНИЯ

Направление подготовки:

38.04.01 Экономика (Направленность (профиль): Экономика предприятий и организаций)

Трудоемкость: 3 за

Промежуточная аттестация: зачет

Автор: Т.И. Заяц, канд экон. наук, доцент

ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины «Теория ценового поведения» состоит в том, чтобы получить знания о методах анализа факторов ценообразования, моделях рынков и рыночной конкуренции, влияющих на формирование ценовой политики и поведение различных рыночных субъектов.

Задачи дисциплины:

- приобрести теоретические знания о целевой стратегии, ценовой политике и ценовой тактике организации в конкурентной среде;
- изучить принципы ценового поведения рыночных субъектов;
- овладеть методикой формирования цен.

ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине – знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций и обеспечивающие достижение планируемых результатов освоения программы магистратуры – направлены на формирование следующих компетенций:

ПК – 3 способностью самостоятельно осуществлять подготовку заданий и разрабатывать проектные решения с учетом фактора неопределенности, разрабатывать соответствующие методические и нормативные документы, а также предложения и мероприятия по реализации разработанных проектов и программ;

ПК – 9 способностью анализировать и использовать различные источники информации для проведения экономических расчетов.

МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Теория ценового поведения» включена в перечень дисциплин по выбору профессионального цикла дисциплин учебного плана подготовки магистра по направлению 080100.68 Экономика, профиль «Экономика предприятий и организаций».

Дисциплина «Теория ценового поведения» содержательно дополняет дисциплину базовой части «Микроэкономика» (продвинутый уровень).

СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Введение. Содержание ценовой политики организации

Значение ценовой политики для организации. Содержание ценовой политики. Стратегическое направление и ценовая политика организации. Модели принятия стратегических решений.

Тема 2. Стратегический анализ конкуренции на рынке

Факторы конкуренции в соответствии с моделью отрасли. Влияние потенциальных конкурентов, поставщиков, покупателей. Влияние товаров-заменителей.

Тема 3. Управление ценовой политикой организации

Содержание процесса управления ценовой политикой организации: цели, инструменты, организационные решения. Принципы ценовой политики. Этапы процесса управления ценовой политикой организации. Организация процессов управления ценовой политикой. Содержание процесса. Формы процесса. Ответственные подразделения. Стратегический бизнес политики цен. Выбор стратегической цели ценовой политики. Виды и условия применения ценовых стратегий. Дифференцированный подход к ценовой стратегии.

Тема 4. Факторы ценовой политики

Современные тенденции ценовой политики. Система условий и факторов ценовой политики. Внешние условия и факторы ценовой политики. Внутренние условия и факторы ценовой политики.
Формы анализа рыночных цен.

Тема 5. Ценовое поведение потребителей

Цена и полезность. Цена и эффективность потребителя. Теории потребительского поведения. Процессы деятельности (промакции). Процессы познания. Установки и намерения потребителя, обусловленные ценами. Потребительское ценовое ощущение. Потребительский интерес к ценам. Ценовое сегментирование потребителя. Восприятие цены, формирование знания и суждения о ценах. Относительные пороги цены. Референтная цена. Установка и намерения потребителя и их влияние на тип поведения потребителя при современном уровне цен, абсолютном верхнем пределе и абсолютно нижнем пороге цены. Ценовые предпочтения потребителей. Ценовой имидж организации, стратегии и инструменты управления ценовым имиджем.

Тема 6. Ценообразование на отраслевых рынках

Структура и формы отраслевых рынков. Сущность функции «цена-сбыт» и ее зависимость от формы рынка. Ценовая эластичность сбыта. Формы зависимости сбыта от изменения цен. Линейная, степенная синусоидально-гиперболическая, логистическая функции сбыта. Функция Е. Гуттенберга. Цена, различные функции издержек и прибыли.

Тема 7. Оперативная ценовая политика

Факторы оперативных ценовых изменений. Приспособление цен к конъюнктурным колебаниям. Конкурентоспособные ценовые реакции. Оперативные изменения цен через систему скидок. Влияние изменения цен на прибыль и восприятие покупателей.

Тема 8. Ценовое поведение на рынке инновационных продуктов и услуг

Факторы, влияющие на цену нового товара. Система цен при выводе инноваций на рынок. Стратегии внедрения инноваций на рынок. Степень инновационности и ее влияние на цены. Методы ценообразования на новую продукцию.

Тема 9. Новаторские концепции ценового поведения на рынке

Процессы электронной торговли. Особенности ценообразования в электронной торговле. Дифференциация цен на товары в WEB-системе. Ценовое поведение покупателей при использовании сети Интернет.