АННОТАЦИЯ

Дисциплины

Б1.В.7 «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ»

Направление подготовки *38.03.02.* «Менеджмент»

Квалификация (степень) выпускника – бакалавр

Профиль - «Маркетинг в цифровой среде»

**1. Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока 1 «Дисциплины (модули)».

**2. Цель и задачи дисциплины**

Целью изучения дисциплины «Ценообразование в маркетинге» является углубление теоретических знаний в области маркетингового обеспечения деятельности предприятия на рынке и освоение практических навыков маркетинговой деятельности. Обучающиеся должны освоить теоретические аспекты изучения рынков, методы ценообразования и получить практические навыки проведения исследований, анализа, представления и использования полученной информации.

Для достижения цели дисциплины решаются следующие задачи:

* изучение основных методов оценки разных способов решения задач ценообразования;
* формирование умения проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения;
* формирование умения проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения;
* формирование умения анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов;
* формирование умения разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга по ценообразованию;
* формирование умения осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга;
* изучение действующего законодательства и правовых норм, регулирующих профессиональную деятельность;
* формирование умения осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение;
* формирование навыков по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ;
* формирование навыков работы с нормативно-правовой документацией.

**3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций, сформированность которых, оценивается с помощью индикаторов достижения компетенций:

| Компетенция | Индикатор компетенции |
| --- | --- |
| УК-2 Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений | УК-2.1.1. Знает виды ресурсов и ограничений для решения профессиональных задач; основные методы оценки разных способов решения задач; действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность. |
| УК-2.2.1. Умеет проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, которые необходимо решить для ее достижения; анализировать альтернативные варианты для достижения намеченных результатов; использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности |
| УК-2.3.1. . Владеет методиками разработки цели и задач проекта; методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; навыками работы с нормативно-правовой документацией |
| **ПК-2** Разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ | ПК-2.2.2 Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга |
| ПК-2.2.4. Умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение |
| ПК-2.3.3. Владеет навыками по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ |

В рамках изучения дисциплины (модуля) осуществляется практическая подготовка обучающихся к будущей профессиональной деятельности. Результатом обучения по дисциплине является формирования у обучающихся практических навыков:

* навыки по разработке и обоснованию проекта ценовой стратегии организации, включая предложения по ценам на продукцию СМИ;
* навыки работы с нормативно-правовой документацией.

**4. Содержание и структура дисциплины**

1 Сущность цены и процесса ценообразования в маркетинге

2 Система рыночных цен и тарифов.

3 Теоретические основы ценообразования

4 Методы ценообразования в маркетинге.

5 Конкурентность рынка и стратегия ценообразования. Стратегические цели фирмы и соответствующие им цены.

6 Управление процессом ценообразования на базе исследования эластичности спроса и предложения

7 Законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность в области ценообразования

**5. Объем дисциплины и виды учебной работы**

Объем дисциплины 4 зачетные единицы (144 час.), в том числе:

лекции – 36 час.

практические занятия – 36 час.

самостоятельная работа – 76 час.

Форма контроля знаний - 4