

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИНЖЕНЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»**

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной работе
Василенко В.Н.

(подпись) (Ф.И.О.)

«26» мая 2022 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА
ДИСЦИПЛИНЫ**

СТРАТЕГИЯ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ И АНАЛИЗ РЫНКА

Направление подготовки

38.04.07 Товароведение

Направленность (профиль)

Маркетинг и экспертиза инновационных товаров

Квалификация выпускника

бакалавр

Воронеж

1. Целью освоения дисциплины (модуля) «Стратегия ценообразования и анализ рынка» является формирование компетенций обучающегося в области профессиональной деятельности и сфере профессиональной деятельности:

- 08 Финансы и экономика.

Дисциплина направлена на решение задач профессиональной деятельности следующих типов: организационно-управленческий.

Программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 38.04.07 Товароведение (уровень образования - магистратура).

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

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-3	ПКв-3 Способен создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ИД1 _{ПКв-3} – участвует в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении нематериальных активов (брендов)

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения (показатели оценивания)
ИД1 _{ПКв-3} – участвует в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении нематериальных активов (брендов)	Знать: порядок определения конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации, правила использования инструментов проектного управления успешными брендами
	Уметь: использовать понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов) использовать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность
	Владеть: навыками реализации и совершенствования ассортиментной политики организации, подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина относится к части Блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы формируемой участниками образовательных отношений по направлению подготовки 38.04.06 Торговое дело (уровень образования магистратура), направленность/профиль «Маркетинг и экспертиза инновационных товаров».

Изучение дисциплины «Стратегия ценообразования и анализ рынка» основано на знаниях, умениях и навыках, полученных при параллельном изучении

обучающимися дисциплин: управление маркетинговыми проектами, современные проблемы товароведения и экспертизы товаров, создание и оценка бренда.

Дисциплина «Стратегия ценообразования и анализ рынка» изучается в первом семестре и является базой для изучения последующих курсов и проведения производственной практики.

4. Объем дисциплины и виды учебных занятий

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетных единицы.

Виды учебной работы	Всего		Семестр 1	
	акад. часов	астр. часов	акад. часов	астр. часов
Общая трудоемкость дисциплины	108	81	108	81
Контактная работа в т.ч. аудиторные занятия:	25	18,75	25	18,75
Лекции	8	6	8	6
в том числе в форме практической подготовки	8	6	8	6
Практические занятия (ПЗ)	17	12,75	17	12,75
в том числе в форме практической подготовки	17	12,75	17	12,75
Консультации текущие	1	0,75	1	0,75
<i>Виды аттестации (зачет)</i>	1	0,75	1	0,75
Самостоятельная работа:	83	62,25	83	62,25
Проработка материалов по конспекту лекций	2,4	1,8	2,4	1,8
Проработка материалов по учебнику	66,35	49,7625	66,35	49,7625
Подготовка к практическому занятию	4,25	3,1875	4,25	3,1875
Подготовка реферата	10	7,5	10	7,5

5. Содержание дисциплины, структурированное по разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1 Содержание разделов дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) $108 - 2 = 106$

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела	Трудоемкость раздела, акад. часы
8 семестр			
1.	Основы анализа ценообразования	Принятие ценовых решений в деятельности фирмы. Роль анализа безубыточности в ценообразовании. Анализ ценовой политики фирмы.	11
2.	Стратегия ценообразования	Выбор стратегии ценообразования. Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара.	14
	Консультации текущие		1

	Зачет		1
--	--------------	--	----------

5.2 Разделы дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Лекции, акад. час	ПЗ, акад. час	СРО, акад. час
8 семестр				
1.	Основы анализа ценообразования	4	7*	36
2.	Стратегия ценообразования	4	10*	47
	Консультации текущие			1
	Зачет			1

* в форме практической подготовки

5.2.1 Лекции

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Тематика лекционных занятий	Трудоемкость, акад. час
8 семестр			
1.	Основы анализа ценообразования	Принятие ценовых решений в деятельности фирмы	1
		Роль анализа безубыточности в ценообразовании	1
		Анализ ценовой политики фирмы	2
2.	Стратегия ценообразования	Выбор стратегии ценообразования	2
		Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара	2

5.2.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Наименование практических работ	Трудоемкость, акад. час
8 семестр			
1.	Основы анализа ценообразования	Принятие ценовых решений в деятельности фирмы	1*
		Роль анализа безубыточности в ценообразовании	2*
		Анализ ценовой политики фирмы	4*
2.	Стратегия ценообразования	Выбор стратегии ценообразования	4*
		Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара	6*

* в форме практической подготовки

5.2.3 Лабораторный практикум - не предусмотрен

5.2.4 Самостоятельная работа обучающихся

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Вид СРО	Трудоемкость, ак. ч
8 семестр			

1	Основы анализа ценообразования	Проработка материалов по конспекту лекций для подготовки к тестированию	14
		Проработка материалов учебников, учебных пособий для подготовки к тестированию	8
		Подготовка к практическому занятию	14
2	Стратегия ценообразования	Проработка материалов по конспекту лекций для подготовки к тестированию	10
		Проработка материалов учебников, учебных пособий для подготовки к тестированию	10
		Подготовка к практическому занятию	17
		Подготовка реферата	10

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

Беликова, И. П. Основы стратегического управления : учебное пособие : [16+] / И. П. Беликова, В. А. Ивашова ; Ставропольский государственный аграрный университет. – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет (СтГАУ), 2020. – 128 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614084> (дата обращения: 10.10.2021). – Библиогр.: с. 125-126 – Текст : электронный.

6.2 Дополнительная литература:

Игрунова, О. М. Методика и практика проведения маркетинговых исследований различных рынков товаров и услуг: учебное издание : [16+] / О. М. Игрунова. – 2-е изд., стер. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – Ч. 1. – 102 с. : табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436772> (дата обращения: 30.05.2022). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4475-6041-6. – DOI 10.23681/436772. – Текст : электронный.

6.3 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся

1. Стратегия ценообразования и анализ рынка [Электронный ресурс]: методические рекомендации для самостоятельной работы студентов / Уланова Е.М./ ВГУИТ, Кафедра торгового дела и товароведения. – Воронеж, 2021.

Порядок изучения курса:

- Объем трудоемкости дисциплины – 3 зачетных единицы (108 ч)
- Виды учебной работы и последовательность их выполнения:
 - аудиторная: лекции, практические занятия – посещение в соответствии с учебным расписанием;
 - самостоятельная работа: изучение теоретического материалы для сдачи тестовых заданий, выполнение практических работ, оформление и сдача реферата – выполнение в соответствии с графиком контроля текущей успеваемости;
 - График контроля текущей успеваемости обучающихся – рейтинговая оценка;
 - Состав изученного материала для каждой рубежной точки контроля - тестирование, практические работы, реферат;
 - Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля): рекомендуемая литература, методические разработки, перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»;
 - Заполнение рейтинговой системы текущего контроля процесса обучения дисциплины (модуля) – контролируется на сайте www.vsuet.ru;
 - Допуск к сдаче экзамена – при выполнении графика контроля текущей успеваемости;

- Прохождение промежуточной аттестации – зачет (тестирование, решение задач).

6.4 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Наименование ресурса сети «Интернет»	Электронный адрес ресурса
«Российское образование» - федеральный портал	http://www.edu.ru/index.php
Научная электронная библиотека	http://www.elibrary.ru/defaulttx.asp?
Федеральная университетская компьютерная сеть России	http://www.runnet.ru/
Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам»	http://www.window.edu.ru/
Электронная библиотека ВГУИТ	http://biblos.vsuet.ru/megapro/web
Сайт Министерства науки и высшего образования РФ	http://minobrnauki.gov.ru
Портал открытого on-line образования	http://npoed.ru
Информационно-коммуникационные технологии в образовании. Система федеральных образовательных порталов	http://www.ict.edu.ru/
Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «ВГУИТ»	http://education.vsuet.ru
Официальный сайт Росстата	http://rosstat.gov.ru

6.5 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Электронная библиотека НБ ВГУИТ <http://biblos.vsuet.ru>

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплин (модулей) в ФГБОУ ВО ВГУИТ [Электронный ресурс] : методические указания для обучающихся на всех уровнях высшего образования / М. М. Данылиев, Р. Н. Плотникова. – Воронеж : ВГУИТ, 2021. – [ЭИ]. (<http://biblos.vsuet.ru/MegaPro/Web/SearchResult/MarcFormat/100813>.)

6.6 Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем

Используемые виды информационных технологий:

- «электронная»: персональный компьютер и информационно-поисковые (справочно-правовые) системы;
- «компьютерная» технология: персональный компьютер с программными продуктами разного назначения (ОС Windows; MSOffice; «Консультант плюс»);
- «сетевая»: локальная сеть университета и глобальная сеть Internet.

Программы	Лицензии, реквизиты подтверждающего документа
Microsoft Office 2007	Microsoft Office 2007 Russian Academic OPEN No Level #44822753 от 17.11.2008 http://eopen.microsoft.com
AdobeReaderXI	(бесплатное ПО) https://acrobat.adobe.com/ru/ru/acrobat/pdf-reader/volumedistribution.htm

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения лекционных и практических занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения (мультимедийными проекторами, настенными экранами, интерактивными досками,

ноутбуками, досками, рабочими местами по количеству обучающихся, рабочим местом преподавателя) – ауд. 407, 426 или иные в соответствии с расписанием.

Допускается использование других аудиторий в соответствии с расписанием учебных занятий и оснащенных соответствующим материально-техническим обеспечением, в соответствии с требованиями, предъявляемыми образовательным стандартом.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа к базам данных и электронной информационно-образовательной среде ФГБОУ ВО «ВГУИТ» – ауд. 427а, ресурсный центр ВГУИТ.

8 Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Оценочные материалы (ОМ) для дисциплины (модуля) включают в себя:

- перечень компетенций с указанием индикаторов достижения компетенций, этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы;
- описание шкал оценивания;
- типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков;
- методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности.

ОМ представляются отдельным комплектом и входят в состав рабочей программы дисциплины (модуля).

Оценочные материалы формируются в соответствии с П ВГУИТ «Положение об оценочных материалах».

Документ составлен в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 38.04.07 Товароведение

ПРИЛОЖЕНИЕ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Стратегия ценообразования и анализ рынка

1. Организационно-методические данные дисциплины для заочной формы обучения

1.1 Объемы различных форм учебной работы и виды контроля в соответствии с учебным планом (очно-заочная форма)

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 3 зачетные единицы.

Виды работ	Всего часов		Общая трудоемкость	
			2 семестр	
	акад.	астр.	акад.	астр.
Общая трудоемкость	108	81	108	81
Контактная работа, в т.ч. аудиторные занятия:	16	12	16	12
Лекции	8	6	8	6
Практические занятия	8	6	8	6
Консультации текущие	1	0,75	1	0,75
Виды аттестации: зачет	1	0,75	1	0,75
Самостоятельная работа:	92	69	92	69
- проработка конспектов лекций	2,4	1,8	2,4	1,8
- проработка материалов учебников	89,6	67,2	89,6	67,2

АННОТАЦИЯ
К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ
Стратегия ценообразования и анализ рынка
(наименование дисциплины)

Процесс изучения модуля направлен на формирование следующих компетенций:

№ п/п	Код компетенции	Наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
1	ПКв-3	ПКв-3 Способен создавать нематериальные активы (бренды) и управлять ими в организации	ИД1 _{ПКв-3} – участвует в подготовке рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении нематериальных активов (брендов)

Знать: порядок определения конкурентоспособного ассортимента товаров и услуг организации, правила использования инструментов проектного управления успешными брендами

Уметь: использовать понятийный аппарат в области маркетинговых составляющих инноваций, инновационных товаров (услуг), нематериальных активов (брендов)
использовать нормативные правовые акты, регулирующие маркетинговую деятельность

Владеть: навыками реализации и совершенствования ассортиментной политики организации, подготовки рекомендаций для принятия маркетинговых решений в отношении товаров (услуг, брендов)

Содержание разделов дисциплины. Принятие ценовых решений в деятельности фирмы. Роль анализа безубыточности в ценообразовании. Анализ ценовой политики фирмы.

Выбор стратегии ценообразования. Стратегия ценообразования в жизненных циклах товара.

