

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ОРДЕНОВ ОКТЯБРЬСКОЙ
РЕВОЛЮЦИИ И ТРУДОВОГО КРАСНОГО ЗНАМЕНИ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

УТВЕРЖДЕНО

Первым проректором академии

А. В. Колмыков

28 июня 2023 г.

Регистрационный № УД -БП-244-23/уч.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

**Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальностей:**

6-05-0413-01 Коммерция

(1-25 01 10 Коммерческая деятельность)

6-05-0412-04 Маркетинг

Учебная программа составлена в соответствии с

- примерным учебным планом рег. №6-05-04-009/пр. от 02.12.2022 г. по специальности общего высшего образования 6-05-0413-01 Коммерция, а также учебным планом учреждения образования БД -0413-01-6-23у от 29.03.2023 г.;

- примерным учебным планом рег. №6-05-04-007/пр. от 02.12.2022 г. по специальности общего высшего образования 6-05-0412-04 Маркетинг, а также учебными планами учреждения образования БД-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г.; БЗс-0412-04-7-23у от 29.03.2023 г.;

- образовательным стандартом высшего образования первой ступени по специальности 1-25 01 10 Коммерческая деятельность (ОСВО 1-25 01 10-2021), а также учебным планом БД-25-01-6-22у от 25.05.2022 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

С. И. Артеменко, старший преподаватель кафедры маркетинга учреждения образования «Белорусская государственная орденов Октябрьской Революции и Трудового Красного Знамена сельскохозяйственная академия»

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

А.В. Пилипук, директор Государственного предприятия «Институт системных исследований в АПК Национальной академии наук Беларуси», член-корреспондент НАН Беларуси, доктор экономических наук, профессор;

Р.К. Ленькова, профессор кафедры ММЭС в АПК учреждения образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия», доктор экономических наук, профессор

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ УЧЕБНОЙ:

кафедрой маркетинга учреждения образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (протокол № 10 от 30 мая 2023 г.);

методической комиссией факультета бизнеса и права учреждения образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (протокол № 10 от 28.06.2023 г.);

научно-методическим советом учреждения образования «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия» (протокол № 10 от 28.06.2023 г.).

1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Формирование механизма устойчивого социально-экономического инновационного развития Республики Беларусь требует от организаций повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг на основе внедрения достижений научно-технического прогресса, эффективных форм хозяйствования и управления производством, активизации предпринимательства, инициативы. Особая роль в этом механизме отводится ценам, поскольку именно они в рыночных условиях являются основным источником информации для выявления, изучения и мобилизации резервов экономического и социального развития предприятия, разработки и принятия обоснованных тактических и стратегических управленческих решений. Проблемы механизма формирования цен, ценовой политики представляют большой практический интерес.

Следует также отметить, что экономическое обоснование цены, калькуляция с расшифровкой статей затрат на товары (работы, услуги) позволяет предприятию выяснить, будет ли реализация определенного товара (работы, услуги) экономически эффективной и рентабельной. Поэтому элементы экономических расчетов необходимы в производственной деятельности каждого предприятия независимо от норм законодательства.

Учебная дисциплина «Ценообразование» изучает основные теоретические и практические подходы к пониманию природы цены, специфики формирования цен в зависимости от структуры товарных рынков, функции цен и основные ценообразующие факторы, виды, структуру и элементы цены, основные стратегии и методы ценообразования, особенности формирования цен предприятиями оптовой торговли, розничной торговли, цели и способы государственного регулирования и контроля цен в Республике Беларусь, а также ценообразование во внешнеэкономической деятельности.

Учебная дисциплина «Ценообразование» относится к учебным дисциплинам компонента учреждения высшего образования.

Цель курса дисциплины – приобретение студентами глубоких теоретических знаний и практических маркетинговых навыков в области изучения цен, механизма ценообразования, стратегий и методов установления цен в различных условиях экономических отношений на различных товарных рынках.

Для решения поставленной цели определены следующие задачи:

- освоение основных проблем теории, методологии и практики ценообразования предприятий;
- изучение методов установления цен и особенностей их определения на различных товарных рынках;
- ознакомление студентов с особенностями ценообразования и ценовой политики во внешнеэкономической деятельности.

Учебная дисциплина «Ценообразование» является одной из прикладных дисциплин, формирующих знания, умения и навыки будущих специалистов в области экономики и управления.

На компетенциях, приобретенных студентами при изучении учебной дисциплины «Ценообразование» базируется освоение дисциплин «Теория маркетинг», «Маркетинг в АПК», «Маркетинг инноваций».

Освоение данной учебной дисциплины для студентов 6-08-0412-04 Маркетинг обеспечивает формирование следующей специализированной компетенции:

Применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных рыночных условиях, определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности, принимать управленческие решения с учетом предстоящих изменений затрат, цен и условий рынка.

Студенты специальности 6-5-0413-01 Коммерция (1-25 01 10 Коммерческая деятельность) в результате изучения учебной дисциплины «Ценообразования» должны приобрести следующую специализированную компетенцию:

Разработать оптимальный механизм ценообразования и формировать ценовую политику.

В рамках образовательного процесса по данной учебной дисциплине студент должен приобрести не только теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развивать свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

В результате изучения дисциплины студент должен

знать:

- вопросы теории и практики рыночного ценообразования;
- основные методы установления цен;
- особенности определения цен на продукцию, услуги, работы организаций различных отраслей экономики;
- методы государственного регулирования национальных цен;
- государственное регулирование цен в отдельных зарубежных странах;
- особенности ценообразования на рынках потребительских товаров и услуг;
- обоснование торговых надбавок (скидок) с учетом действующей системы налогообложения, использования прямой и обратной калькуляции;
- взаимосвязь внутренних и внешнеторговых цен;
- методы определения внешнеторговых цен;
- методику построения ценовой политики и стратегии.

уметь:

- калькулировать цены на продукцию товаропроизводителей;
- формировать цены по стадиям товародвижения;
- рассчитать сумму налогов и неналоговых платежей в себестоимости с учетом действующего законодательства;
- обосновать сумму прибыли, включаемую в цены;
- определить индекс паритета цен на промышленную продукцию и закупочных цен на сельскохозяйственную продукцию;
- рассчитать внешнеторговые цены;
- формировать и изменять цены, используемые в коммерческой деятельности.

владеть:

системным и сравнительным анализом в области ценовой политики организации;

навыками разрабатывать и осуществлять ценовую политику организации;
базовыми знаниями для решения практических задач.

Для дневной формы получения общего высшего образования по специальности 6-05-0413-01 Коммерция общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Ценообразование», составляет 120 часов, в том числе аудиторных – 72 часа. Для самостоятельной работы отведено 48 часов. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 36 часов, практические занятия – 36 часов.

Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен.

Учебная дисциплина «Ценообразование» изучается студентами дневной формы обучения на 1 курсе в 1 семестре.

Для дневной формы получения высшего образования по специальности 1-25 01 10 Коммерческая деятельность общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Ценообразование», составляет 180 часов, в том числе аудиторных – 72 часа. Для самостоятельной работы отведено 108 часов. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 36 часов, практические занятия – 36 часов.

Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен.

Учебная дисциплина «Ценообразование» изучается студентами дневной формы обучения на 3 курсе в 5 семестре.

Для дневной формы получения общего высшего образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Ценообразование», составляет 108 часов, в том числе аудиторных – 72 часа. Для самостоятельной работы отведено 36 часов. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 36 часов, семинарские занятия – 36 часов.

Рекомендуемая форма текущей аттестации – экзамен.

Учебная дисциплина «Ценообразование» изучается студентами дневной формы обучения на 1 курсе в 1 семестре.

Для заочной формы получения общего высшего образования на основе среднего специального образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг общее количество часов, отводимых на изучение учебной дисциплины «Ценообразование», составляет 108 часов, в том числе аудиторных – 12 часов. Для самостоятельной работы отведено 60 часа. По видам занятий предусмотрено следующее распределение аудиторного времени: лекции – 6 часов, семинарские занятия – 6 часов.

Рекомендуемая форма промежуточной аттестации – экзамен.

Учебная дисциплина «Ценообразование» изучается студентами заочной формы обучения на 3 курсе.

2. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Цены в механизме функционирования национальной экономики

Роль и значение цены в экономике. Цена как экономическая категория. Теории ценообразования: стоимостная (трудовой стоимости). Методологические основы ценообразования.

Общая характеристика функции цен. Функции цен: балансирующая; планово-учетная; распределительная и перераспределительная; информационная.

Ценообразующие факторы. Факторы, зависящие от деятельности предприятия (внутренние) факторы. Факторы, не зависящие от деятельности предприятия (внешние).

Виды и система цен. Виды цен в зависимости от: способа установления; обслуживаемого оборота; принадлежности продукции к определенной отрасли экономики; территориального распространения; времени действия; доли включаемых в них транспортных расходов; рынка, на который поступает товар. Цены, используемые в учете и статистике. Взаимосвязь между различными видами цен.

Эластичность спроса и предложения. Использование эластичности в ценообразовании.

Тема 2. Методы ценообразования

Система методов ценообразования. Система методов ценообразования, выработанных отечественной и зарубежной практикой. Взаимосвязь методологии ценообразования с основными ценообразующими факторами.

Методы ценообразования, основанные на издержках производства, область их применения. Содержание методов полных издержек, маржинальных издержек, рентабельности инвестиций, структурной аналогии и агрегатного.

Методы ценообразования, ориентированные на качество, потребительские свойства продукции. Сущность метода удельных показателей и сфера его применения. Выбор показателей качества для установления цены. Сущность баллового метода. Использование метода экспертных оценок при отсутствии определенных количественных показателей качества продукции (вкусовые свойства, дизайн, соответствие направлениям моды и др.). Метод корреляционно-регрессионного анализа и его применение в ценообразовании.

Методы ценообразования с учетом спроса, уровня конкуренции. Метод «следования за лидером», сфера его применения. Торги и цены (тендерные, аукционные). Цены при проведении английского аукциона. Техника проведения и определения цены на голландском аукционе. Метод установления цены на основе ощущаемой ценности товара покупателем. Факторы, определяющие субъективную оценку ценности товара покупателем.

Тема 3. Рыночные стратегии ценообразования

Стратегия ценообразования - это возможный уровень, направление, скорость и периодичность изменения цен в соответствии с рыночными целями предприятия.

Классификации стратегий ценообразования, предложенная Джерардом Дж. Тэллисом.

Стратегии дифференцированного ценообразования. Рыночные стратегии ценообразования. Стратегии дифференцированного ценообразования: «скидки на втором рынке», «сезонной скидки», «случайной скидки».

Стратегии конкурентного ценообразования. Стратегии конкурентного ценообразования: «снятие сливок», «проникновение на рынок», «сигналирование ценами».

Стратегии ассортиментного ценообразования. Стратегии ассортиментного ценообразования: «товарных наборов», «различной прибыльности», «имидж-цен».

Тема 4. Цены в экономике предприятия

Этапы ценообразования: исследование типа рынка, определение целей ценообразования, анализ спроса, анализ себестоимости продукции, анализ цен и предложений конкурентов, выбор метода ценообразования, выбор рыночной стратегии ценообразования, установления окончательной цены.

Формирование себестоимости как основного элемента цены. Обоснование себестоимости по статьям расходов. Методика калькулирования себестоимости единицы продукции при формировании цены на основе полных затрат. Формирование статей калькуляции. Формирование затрат на материалы, топливо, покупные комплектующие изделия и полуфабрикаты. Способы оценки возвратных отходов. Порядок учета транспортно-заготовительных расходов и затрат топлива, электрической и тепловой энергии. Отражение в калькуляции основной заработной платы производственных рабочих. Планирование выплат по статье «дополнительная заработная плата производственных рабочих». Включение в себестоимость отчислений на социальные нужды. Комплекс затрат, включаемых в статьи: «Общепроизводственные расходы», «Общехозяйственные расходы», «Коммерческие расходы».

Базисные условия поставки Incoterms -2020. Структура Incoterms.

Тема 5. Ценовая политика в маркетинге предприятия

Цена и ценность. Соответствие цены и ценности (матрица позиционирования). Роль цены в маркетинг-микс. Основные проблемы и трудности ценообразования в маркетинге.

Ценовые исследования. Цели ценовых исследований. Методы ценовых исследований: статистический анализ данных, PSM –метод, метод лестницы цен, RBR-метод и др.

Адаптация (модификация) цен на рынке. Реальное изменение цен: скидки, надбавки. Виды скидок и надбавок. Экономическое обоснование предоставления скидок. Методы определения размера скидок в зависимости от объема партии: постоянной рентабельности (эффекта масштаба производства), постоянного маржинального дохода, линейной скидки (наценки). Определение скидок в зависимости от срока оплаты. Воздействие на психологию покупателей без существенного изменения цен. Концепция референтной цены. Концепция ценового диапазона. Эффект контраста цены.

Тема 6. Государственное регулирование цен

Формы государственного ценового регулирования. Целесообразность и необходимость участия государства в регулировании ценообразования. Прямые и косвенные методы, используемые государством для регулирования цен. Косвенное регулирование цен, воздействующее на факторы образования цены. Причины и ситуации вызывающие необходимость прямого регулирования цен через политики «ценового пола», «ценового потолка», «ценового коридора». Опыт государственного регулирования цен в отдельных зарубежных странах.

Система государственного ценового регулирования в Республике Беларусь. Политика государственного регулирования цен, проводимая в республике. Регулирование цен на отдельные социально значимые услуги и товары. Регулирование цен на продукцию предприятий, занимающих доминирующее положение на рынках республики (монополистов). Реестр предприятий, занимающих доминирующее положение на рынках республики. Декларирование цен. Выявление и пресечение злоупотреблений доминирующим положением на рынке.

Контроль за соблюдением законодательства о ценообразовании. Органы государственного управления, занимающиеся контролем за ценами и ценообразованием в республике. Содержание контроля и задачи его проведения. Основные нарушения дисциплины цен. Санкции за нарушение государственной дисциплины цен.

Тема 7. Формирование отпускной цены предприятия-производителя с учетом действующей системы налогообложения

Отпускная цена предприятия и порядок ее формирования. Состав отпускной цены предприятия-изготовителя. Действующий порядок формирования отпускных цен предприятий, базирующийся на затратном подходе.

Оптимальное ценообразование с учетом действующей системы налогообложения. Прямые и косвенные налоги, их экономическое содержание.

Метод прямого счета при поэлементном формировании цены. Отражение косвенных налогов и неналоговых платежей в цене продукции (акциз, налог на добавленную стоимость, отчисления в целевые бюджетные фонды). Определение сумм косвенных налогов и неналоговых платежей, их отражение в цене при использовании методов ценообразования, основанных на издержках производства.

Определение элементов отпускной цены предприятия-изготовителя на основе обратного счета.

Исчисление сумм косвенных налогов и неналоговых платежей в цене на основе обратной калькуляции. Расчет величины прибыли от производства товара

и рентабельности как критерия формирования оптимального номенклатурного плана производства.

Особенности формирования отпускных цен на отдельные виды продукции: на хлебобулочные изделия, на мясную и молочную продукцию и т.д.

Формирование отпускной цены при упрощенной системе налогообложения.

Тема 8. Формирование оптовой и розничной цены с учетом налогового законодательства

Формирование оптовой цены. Структура оптовой цены. Оптовые торговые надбавки по элементам. Особенности формирования издержек обращения оптовой организации.

Розничные цены и их формирование. Роль и значение розничных цен в формировании потребительского рынка и жизненного уровня населения. Порядок формирования розничных цен.

Особенности формирования торговых надбавок. Розничные торговые надбавки (скидки), их экономическое содержание.

Поэлементный состав торговых надбавок (скидок). Состав торговой надбавки по элементам. Обоснование торговых надбавок (скидок) с учетом действующей системы налогообложения, использование прямой и обратной калькуляции.

Формирование издержек обращения как основы цены торговых услуг.

Формирование розничной цены при упрощенной системе налогообложения.

Особенности формирования розничных цен на отдельные виды продукции.

Тема 9. Ценообразование во внешнеторговой деятельности организации

Регулирование отпускных цен при ввозе и вывозе товаров. Государственное регулирование ценообразования в области внешнеторговой деятельности. Таможенно-тарифное регулирование. Нетарифное регулирование внешнеторговой деятельности. Государственное регулирование при экспортных операциях. Формирование контрактной цены. Лицензирование внешней торговли.

Модели отпускных цен у импортеров. Модели отпускных цен в зависимости от: целей использования товара, страны происхождения товара, вида товара. Экономическое обоснование цены. Модель цены по обычному товару (не являющемуся подакцизным). Методы определения таможенной стоимости товара. Порядок ценообразования реимпортированных товаров.

Тема 10. Особенности ценообразования в АПК

Закупочные цены. Дифференциация закупочных цен по качественным параметрам в соответствии с требованиями нормативно-технической документации: по продукции растениеводства - на классы, репродукции, сорта и так далее, по продукции животноводства - на сорта, категории, упитанность и так далее. Регулируемые и свободные закупочные цены. Обоснование закупочных цен. Особенности формирования закупочных цен на продукцию растениеводства. Особенности формирования цен на продукцию животноводства. Ценообразование на услуги агросервиса.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1. Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ценообразование» для студентов дневной формы получения высшего образования по специальности 6-05-0413-01 Коммерция.

№ п/п	Название тем	Всего аудиторных	В том числе		Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
			Лекции	Практические занятия			
1	Тема 1. Цены в механизме функционирования национальной экономики	4	2	2	6	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
2	Тема 2. Методы ценообразования	8	4	4	6	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
3	Тема 3. Рыночные стратегии ценообразования	8	4	4	6	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
4	Тема 4. Цены в экономике предприятия	8	4	4	6	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
5	Тема 5. Ценовая политика в маркетинге предприятия	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
6	Тема 6. Государственное регулирование цен	6	4	2	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
7	Тема 7. Формирование отпускной цены предприятия-производителя с учетом действующей системы налогообложения	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
8	Тема 8. Формирование оптовой и розничной цены с учетом налогового законодательства	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
9	Тема 9. Ценообразование во внешнеторговой деятельности организации	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
10	Тема 10. Особенности ценообразования в АПК	6	2	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
	Итого	72	36	36	48	Экзамен	

3.2. Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ценообразование» для студентов дневной формы получения высшего образования по специальности 1-25 01 10 Коммерческая деятельность

№ п/п	Название тем	Всего аудиторных	в том числе		Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
			Лекции	Практические занятия			
1	Тема 1. Цены в механизме функционирования национальной экономики	4	2	2	12	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
2	Тема 2. Методы ценообразования	8	4	4	12	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
3	Тема 3. Рыночные стратегии ценообразования	8	4	4	12	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
4	Тема 4. Цены в экономике предприятия	8	4	4	12	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
5	Тема 5. Ценовая политика в маркетинге предприятия	8	4	4	10	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
6	Тема 6. Государственное регулирование цен	6	4	2	10	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
7	Тема 7. Формирование отпускной цены предприятия-производителя с учетом действующей системы налогообложения	8	4	4	10	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
8	Тема 8. Формирование оптовой и розничной цены с учетом налогового законодательства	8	4	4	10	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
9	Тема 9. Ценообразование во внешнеторговой деятельности организации	8	4	4	10	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
10	Тема 10. Особенности ценообразования в АПК	6	2	4	10	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
	Итого	72	36	36	108	Экзамен	

3.3. Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ценообразование» для студентов дневной формы получения высшего образования по специальности 6-05-0412-04 Маркетинг.

№ п/п	Название тем	Всего аудиторных	в том числе		Количество часов	Форма контроля знаний	Иное
			Лекции	Семинарские занятия			
1	Тема 1. Цены в механизме функционирования национальной экономики	4	2	2	2	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
2	Тема 2. Методы ценообразования	8	4	4	2	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
3	Тема 3. Рыночные стратегии ценообразования	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
4	Тема 4. Цены в экономике предприятия	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль №1	
5	Тема 5. Ценовая политика в маркетинге предприятия	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
6	Тема 6. Государственное регулирование цен	6	4	2	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
7	Тема 7. Формирование отпускной цены предприятия-производителя с учетом действующей системы налогообложения	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
8	Тема 8. Формирование оптовой и розничной цены с учетом налогового законодательства	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
9	Тема 9. Ценообразование во внешнеторговой деятельности организации	8	4	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
10	Тема 10. Особенности ценообразования в АПК	6	2	4	4	Устный опрос, решение задач и тестов, модуль № 2	
	Итого	72	36	36	36	Экзамен	

3.4. Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Ценообразование» для студентов заочной формы получения высшего образования по специальности 6-05-0415-04 Маркетинг.

№ п/п	Название тем	Всего аудиторных	в том числе		Количество часов СР	Форма контроля знаний	Иное
			Лекции	Семинарские занятия			
1	Тема 1. Цены в механизме функционирования национальной экономики	2	2		6	Устный опрос, решение задач и тестов	
2	Тема 2. Методы ценообразования				6	Устный опрос, решение задач и тестов	
3	Тема 3. Рыночные стратегии ценообразования				6	Устный опрос, решение задач и тестов	
4	Тема 4. Цены в экономике предприятия				6	Устный опрос, решение задач и тестов	
5	Тема 5. Ценовая политика в маркетинге предприятия	2	2		6	Устный опрос, решение задач и тестов	
6	Тема 6. Государственное регулирование цен	2	2		6	Устный опрос, решение задач и тестов	
7	Тема 7. Формирование отпускной цены предприятия-производителя с учетом действующей системы налогообложения	2		2	6	Устный опрос, решение задач и тестов	
8	Тема 8. Формирование оптовой и розничной цены с учетом налогового законодательства	2		2	6	Устный опрос, решение задач и тестов	
9	Тема 9. Ценообразование во внешнеэкономической деятельности организации				6	Устный опрос, решение задач и тестов	
10	Тема 10. Особенности ценообразования в АПК	2		2	6	Устный опрос, решение задач и тестов	
	Итого	12	6	6	60	Экзамен	

4. ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Основная литература

1. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум: учебное пособие для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. - М. : Юрайт, 2020. – 336 с.
2. Ценообразование в организации. Практикум: учебное пособие для студентов учреждений высшего образования по экономическим специальностям / Т. В. Емельянова [и др.]; ред. Т. В. Емельянова. – Минск : Вышэйшая школа, 2011. – 332 с.
3. Тарасевич В. М. Ценовая политика предприятия: учебник для вузов. 3-е изд. – СПб.: Питер, 2010. – 320 с.
4. Цены и ценообразование [Электронный ресурс]: электронный учебник / ред. В. Е. Есипова. – Электрон. текстовые дан. – М. : КНОРУС, 2011. – эл. опт. диск (CD-ROM)

Дополнительная литература

1. Артеменко, С. И. Организационно-экономический механизм взаимодействия предприятий льняного подкомплекса: теория, методология, практика: монография / С.И. Артеменко, А.М. Артеменко. – Горки: БГСХА, 2020. – 219 с.
2. Артеменко, С. И. Ценообразование: методические указания и задания для практических занятий для студентов, обучающихся по специальности 6-05-0412-04 – Маркетинг / С.И. Артеменко. – Горки: БГСХА, 2023. – 66 с.
3. Бельский, В. И. Экономический механизм государственного регулирования сельскохозяйственного производства: теория, методология, практика: монография / В. И. Бельский; Институт экономики Национальной академии наук Беларуси. – Минск, 2018. – 265 с.
4. Маховикова, Г. А. Цены и ценообразование в коммерции: учебник для СПО / Г. А. Маховикова, В. В. Лизовская – Москва: Юрайт, 2019. – 231 с.
5. Данченко, Л. А. Маркетинговое ценообразование: политика, методы, практика / Л.А. Данченко, А.Г. Иванова. – Москва: Эксмо, 2006. – 464 с.
6. Сак, А. В. Оптимизация маркетинговых решений: учебное пособие / А. В. Сак, В. А. Журавлев. – Минск: Изд-во Гревцова, 2010. – 304 с.
7. Шаркова, О. Э. Ценообразование: ответы на экзаменационные вопросы / О. Э. Шаркова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Минск: ТетраСистемс, 2013. - 208 с.

Нормативные правовые акты

1. Конституция Республики Беларусь от 15 марта 1994 г. (с измен. и дополнен., принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 г., 17 октября 2004 г., 27 февраля 2022 г.) // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь от 7 декабря 1998 г. (с измен. и дополн.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ Респ. Беларусь – Минск, 2020.

3. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях от 21 апреля 2003 года (с измен. и дополн. по состоянию на 18.12.2019 г.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ Беларусь – Минск, 2020.

4. Налоговый кодекс Республики Беларусь (Особенная часть) (с измен. и дополн.) // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь 30 декабря 2009 г. №2/1623.

5. Уголовный кодекс Республики Беларусь от 9 июля 1999 г. (с измен. и дополн. по состоянию на 09.03.2023 г.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ Беларусь – Минск, 2020.

6. О ценообразовании: Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-3 (с измен. и дополн. по состоянию на 11.07.2014 г.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2020.

7. О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции: Закон Республики Беларусь от 12 декабря 2013 г. №94-3 (в редакции Закона от 08.01.2018 г.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2020.

8. О естественных монополиях: Закон Республики Беларусь от 16 декабря 2002 г. № 162-3 (с измен. и дополн. по состоянию на 11.11.2019 г.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2020.

9. О товарных биржах: Закон Республики Беларусь от 05 января 2009 г. № 10-3 (с измен. и дополн. по состоянию на 08.07.2015 г.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2020.

10. О защите прав потребителей: Закон Республики Беларусь от 9 января 2002 г. № 90-3 (с измен. и дополн.) // КонсультантПлюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь – Минск, 2020.

11. О некоторых вопросах регулирования цен (тарифов) в Республике Беларусь: Указ Президента Республики Беларусь № 72 от 25.02.2011 (с изм. и доп.) // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 29.11.2013, 1/14639.

12. Об утверждении перечней социально значимых товаров (услуг), цены (тарифы) на которые регулируются государственными органами, и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета Министров Республики Беларусь: Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 17 января 2014 г. № 35.

13. О системе регулирования цен: Постановление Совета Министров Республики Беларусь № 713 от 19.10.2022 (в ред. Постановлений Совета Министров Республики Беларусь от 26.10.2022 № 713(1), от 01.02.2023 № 713(2), от 08.06.2023 № 713(3))

Методы (технологии) обучения

Основными методами (технологиями) обучения, отвечающими целям изучения учебной дисциплины, являются:

- элементы проблемного обучения (проблемное изложение, вариативное изложение, частично поисковый метод), реализуемые на лекционных занятиях;
- элементы учебно-исследовательской деятельности; применение творческого подхода, реализуемого на практических занятиях и при самостоятельной работе;
- проектные технологии, используемые при выполнении индивидуальных заданий на практических занятиях, а также при самостоятельной работе.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы студентов

При изучении учебной дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- самостоятельная работа в виде решения индивидуальных задач и выполнения индивидуальных заданий в аудитории во время проведения практических занятий под контролем преподавателя;
- самостоятельная работа при подготовке к экзамену;
- самоконтроль в виде тестирования по пройденным темам.
- подготовка рефератов по индивидуальным темам.

Перечень рекомендуемых средств диагностики компетенций

Оценка учебных знаний студента производится на экзамене.

Оценка текущих знаний студентов осуществляется в соответствии с блочно-модульной системой, утвержденной в УО БГСХА.

Для оценки знаний студентов используется следующий диагностический инструментарий:

- проведение текущих контрольных опросов по отдельным темам;
- тестирование;
- защита выполненных индивидуальных заданий;
- сдача экзамена по дисциплине.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Наименование учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Маркетинг	Кафедра маркетинга		
Маркетинг в АПК	Кафедра маркетинга		
Маркетинг инноваций	Кафедра маркетинга		