

Ценообразование в маркетинге (аннотация)

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» формирует знания о классических приемах владения ценовым инструментом маркетинга, методах грамотной ценовой политики на основе знания сущности цен, их рыночных взаимосвязей и зависимостей, закономерностей поведения. Задачами дисциплины являются знакомство студентов с комплексом ценообразующих факторов, основными ценовыми стратегиями и тактическими приемами. В процессе изучения обучающимся будут даны представления о роли и значении цены в рыночной экономике, ее основных функциях, общей схеме формирования цены, основных условиях и факторах ценообразования.

Учебная дисциплина в сочетании с другими дисциплинами призвана обеспечить формирование у будущих специалистов способности находить организационно-управленческие решения в области ценообразования, знаний методов количественного анализа и умения использовать их при формировании цены, способностей участвовать в разработке маркетинговой стратегии ценообразования, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию, анализировать ценовое поведение потребителей экономических благ и формирование спроса.

Она логически связана с другими частями ОПОП подготовки бакалавра. Для освоения дисциплины будущий бакалавр должен обладать знаниями экономической теории, теории организации, предпринимательства, финансового учета. Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» входит в состав вариативной части профессионального цикла ОПОП и предлагается студентам для изучения в 7-м семестре.