

РАЗДЕЛ I. ЛЕКЦИИ

ТЕМА 1. РЫНОЧНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.....	4
1.1. Предмет и задачи курса «Ценообразование»	4
1.2. Роль цен в формировании хозяйственного механизма, обеспечивающего эффективное развитие экономики.....	4
1.3. Основные функции цен в рыночной экономике.....	5
1.4. Система и виды цен	6
1.5. Теории цены	9
1.6. Категория издержек и ее роль в ценообразовании	11
ТЕМА 2. СВОБОДНЫЕ И РЕГУЛИРУЕМЫЕ ЦЕНЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА	13
2.1. Закон Республики Беларусь «О ценообразовании»	13
2.2. Понятие свободных и регулируемых цен. Основные формы государственного ценового регулирования: прямое и косвенное	14
2.3. Установление «ценового потолка», «ценового пола» и «коридора цен» как способы прямого государственного регулирования цен. Анализ последствий действий государства в области воздействия на цены и сфер возможного применения соответствующих подходов	16
2.4. Государственное регулирование цен на продукцию предприятий, обладающих существенной рыночной властью. Понятие и основные виды монопольных цен ..	18
2.5. Особенности формирования Государственного реестра предприятий, занимающих доминирующее положение на товарных рынках Республики Беларусь и Государственного реестра субъектов естественных монополий	20
2.6. Анализ уровня, динамики и прогнозирование цены	21
ТЕМА 3. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА УРОВНЕ ПРЕДПРИЯТИЯ	24
3.1. Понятие рыночной среды предприятия. Внешние и внутренние факторы ценообразования.....	24
3.2. Понятие, цели, задачи и этапы ценообразования на уровне предприятия.....	24
3.3. Основные этапы процедуры формирования цены. Важность оценки и учета издержек производства и реализации продукции	26
3.4. Классификация методов ценообразования.....	28
ТЕМА 4. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОСНОВАННЫЕ НА ИЗДЕРЖКАХ ПРОИЗВОДСТВА	30
4.1. Сущность затратного метода ценообразования и анализ его основных плюсов и недостатков	30
4.2. Сущность и особенности применения методов ценообразования, основанных на издержках производства.....	30
4.3. Особенности определения цен производителя, оптового посредника и розничных цен с учетом действующей в РБ системы налогообложения.....	36
4.4. Методы обоснования прибыли в цене.....	39
ТЕМА 5. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА СПРОС.....	40

5.1. Сущность методов ценообразования, ориентированных на спрос	40
5.2. Метод ощущаемой ценности товара	40
5.3. Метод экспертных оценок	42
5.4. Метод ценовой дискриминации.....	43
5.5. Метод оценки максимально приемлемой цены	43
ТЕМА 6. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ	44
6.1. Сущность методов ценообразования, ориентированных на конкуренцию	44
6.2. Метод тендеров (запечатанного конверта).....	44
6.3. Метод текущих цен.....	44
6.4 Метод следования за лидером	45
ТЕМА 7. ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	47
7.1. Сущность параметрических методов ценообразования	47
7.2. Метод удельной цены	47
7.3. Балловый метод.....	48
7.4. Метод корреляционно-регрессионного анализа.....	48
ТЕМА 8. ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ	50
8.1. Понятие ценовой стратегии и ценовой политики предприятия. Принципы формирования эффективной ценовой политики.....	50
8.2. Классификация и анализ типичных стратегий ценообразования. Ассортиментные, конкурентные и дифференцированные стратегии и их разновидности	50
8.3. Методы модификации цен с целью стимулирования сбыта. Особенности выбора стратегии ценообразования на товар-новинку и товар-имитатор.....	54
ТЕМА 9. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕН ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	59
9.1. Виды и разновидности цен мирового рынка	59
9.2. Методы определения внешнеторговых цен	59
9.3. Учет валютных рисков при заключении внешнеторговых контрактов	64
ТЕМА 10. ОСОБЕННОСТИ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА РЫНКАХ НАУЧНО- ТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ И РЫНКАХ ПРОДУКЦИИ И ПРОДУКЦИИ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ	65
10.1. Характеристика научно-технической продукции как товара и анализ существенных признаков ее потребительской стоимости.....	65
10.2. Торговля лицензиями и классификация методов определения их стоимости	66
РАЗДЕЛ II. РАБОЧАЯ ТЕТРАДЬ	
ТЕМА 1. РЫНОЧНАЯ СРЕДА ПРЕДПРИЯТИЯ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ.....	70
ТЕМА 2. СВОБОДНЫЕ И РЕГУЛИРУЕМЫЕ ЦЕНЫ В УСЛОВИЯХ РЫНКА	76
ТЕМА 4. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОСНОВАННЫЕ НА ИЗДЕРЖКАХ ПРОИЗВОДСТВА	79

ТЕМА 5. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА СПРОС	85
ТЕМА 6. МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ, ОРИЕНТИРОВАННЫЕ НА УРОВЕНЬ КОНКУРЕНЦИИ	87
ТЕМА 7. ПАРАМЕТРИЧЕСКИЕ МЕТОДЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ	89
ТЕМА 8. ЦЕНОВАЯ СТРАТЕГИЯ И ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА ПРЕДПРИЯТИЯ.....	92
ТЕМА 9. ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕН ПРИ ОСУЩЕСТВЛЕНИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	96

РАЗДЕЛ III. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ

ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 1	99
ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 2.....	102
ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 3.....	105
ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 4.....	111
ЛАБОРАТОРНАЯ РАБОТА № 5.....	118

ТЕМАТИКА РЕФЕРАТОВ