

АННОТАЦИЯ
рабочей программы дисциплины
**Б1.В.08 «СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГОВОГО
ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ»**
по направлению подготовки магистратуры
38.04.02 « Менеджмент»

Направленность подготовки
« Маркетинг и продажи»

В результате освоения дисциплины обучающийся должен решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

Научно-исследовательская деятельность:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;
- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;
- выявление и формулирование актуальных научных проблем;
- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

В соответствии с ОПОП ВО по данному направлению и направленности подготовки процесс обучения по данной дисциплине направлен на формирование следующих планируемых результатов освоения образовательной программы (компетенций обучающихся, установленных ФГОС ВО или их элементов):

Общекультурные компетенции:

ОК-2 - Готовность действовать в нестандартных ситуациях, нести социальные и этическую ответственность за принятые решения;

Общепрофессиональные компетенции:

ОПК-3 - Готовность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранных языках для решения задач профессиональной деятельности.

Профессиональные компетенции:

ПК-9 - Способность проводить самостоятельные исследования в соответствии с разработанной программой.

По компетенции **ОК-2** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- Содержание и особенности влияния факторов внешней среды и интернационализации рынков на цены и весь маркетинговый комплекс.

ВЛАДЕТЬ:

- Инструментами ценовой тактики и анализа возможных реакций потребителей и конкурентов в нестандартных ситуациях рыночной конъюнктуры.

По компетенции **ОПК-3** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- основные задачи ценообразования для современного государства; функции, присущие цене;
- действующие ограничения рыночного ценообразования;

- принципы разработки ценовой политики;

УМЕТЬ:

- Обосновывать выбор методов и инструментов затратного и ценностного подходов к ценообразованию.

По компетенции **ПК-9** обучающийся должен:

ЗНАТЬ:

- принципы, методы и инструменты формирования ценовой политики и ценовой стратегии организации.;

УМЕТЬ:

- Применять методы маркетингового ценообразования и интегрировать их в маркетинговую стратегию организации;
- Разрабатывать и представлять результаты применения ценовой стратегии организации;
- Разрабатывать тактические ценовые решения.

ВЛАДЕТЬ

- Методами расчета цены в рамках комплекса маркетинга, применяемого в компании

3. Объем курса, виды учебной работы и формы промежуточной аттестации:

Очная форма

Трудоемкость дисциплины:	– 3 зачетных единицы
Всего часов	– 108 час.
Из них:	
Аудиторная работа	– 36 час.
Из них:	
Лекции	–10 час.
Практические занятия	- 26 час.
Самостоятельная работа	– 72 час.
Формы промежуточной аттестации:	
Зачет	– 1 семестр