

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«ДАГЕСТАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ФАКУЛЬТЕТ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Международное ценообразование и ценовая политика на
внешних рынках

Кафедра «Мировая экономика и международный бизнес»,
Экономический факультет
Образовательная программа
38.04.01 Экономика

Профиль подготовки
Международный бизнес

Уровень высшего образования
Магистратура

Форма обучения
Очно- зачная, вечерняя

Статус дисциплины: **Входит в часть ОПОП, формируемой участниками образовательных отношений**

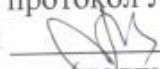
Махачкала, 2020

Рабочая программа дисциплин «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках»

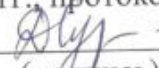
составлена в 2021 году в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, уровень магистратуры от 11 августа 2020г. № 939.

Разработчик: кафедра «Мировая и региональная экономика», Раджабова З.К, д.э.н., проф.

Рабочая программа дисциплины одобрена:
на заседании кафедры «Мировая и региональная экономика», от «_2_»
07 2021г., протокол № 10_

Зав. кафедрой  Магомедова М.М.
(подпись)

на заседании Методической комиссии _____ факультета от «_5_»
07 2021г., протокол № 10_.

Председатель  Сулейманова Д.А.
(подпись)

Рабочая программа дисциплины согласована с учебно-методическим управлением
«_9_» _07_ 2021г. Гасангаджиева А.Г. 
(подпись)

Аннотация рабочей программы дисциплины

Дисциплина «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» входит в *вариативную* часть образовательной программы магистратуры по направлению 38.04.01 Экономика, профилю подготовки «Международный бизнес».

Дисциплина реализуется на экономическом факультете кафедрой «Мировая экономика и международный бизнес».

Содержание дисциплины охватывает круг вопросов, связанных с изучением особенностей использования знаний в области международного ценообразования в международных экономических отношениях и в сфере международного бизнеса.

Дисциплина нацелена на формирование следующих компетенций выпускника: профессиональных – ПК-1. ПК-4

Преподавание дисциплины предусматривает проведение следующих видов учебных занятий: лекции, практические занятия, самостоятельная работа.

Рабочая программа дисциплины предусматривает проведение следующих видов контроля успеваемости в форме опросов, предоставления докладов, участия в дискуссиях, контрольной работы и промежуточный контроль в форме зачета.

Объем дисциплины 3 зачетных единицы, в том числе в академических часах по видам учебных занятий- 108ч.

Се- мест р	Учебные занятия							Форма промежу- точной аттеста- ции (зачет, диф- ференцирован- ный зачет, экза- мен
	в том числе							
	Контактная работа обучающихся с преподава- телем						СРС, в том чис- ле экза- за- мен	
	Все го	из них						
Лек- ции		Лабора- торные занятия	Прак- тиче- ские заня- тия	КСР	кон- сульта- ции			
В	108	8	-	12	-	-	88	Экзамен

1. Цели освоения дисциплины.

Целями дисциплины «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» являются дополнить теоретические знания студентов в области международного ценообразования, изучение магистрантами основных принципов и форм финансовой деятельности предприятия на внешнем рынке, специфике международного ценообразования, специфике ценообразования в России, и подготовить специалистов, компетентных в различных областях международного предпринимательства.

— воспитание у студентов чувства ответственности, закладка нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения, способностей придерживаться законов и норм поведения, принятых в обществе и в своей профессиональной среде.

2. Место дисциплины в структуре магистерской программы.

Дисциплина «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» входит в вариативную часть образовательной программы *магистратуры* по направлению 38.04.01 Экономика, профилю «Международный бизнес».

Дисциплина «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» призвана дать обучающимся знания о современных тенденциях в области ценообразования в мировой экономике в условиях растущей глобализации.

Входные знания, умения и компетенции, необходимые для изучения данного курса, формируются в процессе изучения дисциплин: «Макроэкономика» (продвинутый уровень), «Микроэкономика» (продвинутый уровень), «Международная торговля» и др. Изучение дисциплины «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» дополняет параллельное или последующее освоение дисциплин: «Глобализация мировых рынков», «Современные тенденции развития мировой экономики», «Маркетинговые стратегии на мировых рынках», а также помогает при прохождении научно-исследовательской практики.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины (перечень планируемых результатов обучения) .

3.1. Требования к планируемым результатам освоения образовательной программы, обеспечиваемым дисциплинами (модулями) и практиками обязательной части.

3.1.3. Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения.

Процесс изучения дисциплины «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению:

Код и наименование	Код и наименование ин-	Результаты обучения	
--------------------	------------------------	---------------------	--

вание обще- профессио- нальной компе- тенции	дикатора достижения об- щепрофессиональной компетенции выпускника		Дисциплины учебного плана
ПК-1.Способен проводить исследования социально - экономических процессов и явлений, осуществлять анализ информационных данных, оформлять и представлять результаты научно-исследовательской работы , готовить информационный обзор или аналитический отчет .	ПК-1.И-1.Проводит исследования социально-экономических процессов и явлений, осуществляет анализ информационных данных , выявляет тенденции изменения социально-экономических показателей по ценообразованию	Знает: методологические подходы к анализу фундаментальных экономических моделей при решении практических и (или) исследовательских задач; Умеет: применять (на продвинутом уровне) современные методы исследования фундаментальной экономическо й науки при решении практических и (или) исследовательских задач по ценообразованию Владеет: навыками использования основные положения фундаментальной экономической науки при решении практических и (или) исследовательских задач по ценовой политике	международной торговли (на ин. языке) - Глобализация мировых рынков - Современные проблемы трансевразийской интеграции - Современные тенденции развития мировой экономики - Транснациональный бизнес в мировой экономике - Россия в международном бизнесе - Международные институты регулирования международной торговли
ПК-4. Способен разработать план внешне-экономической деятельности организации и осуществлять	ПК-1.И-2.Подготавливает отчет о проведенной научно-исследовательской работе, оформляет результаты научно-исследовательской работы в форме научной публикации ПК-4. И-1.Осуществляет подготовку проекта плана внешнеэкономической деятельности с учетом приоритетов внешнеэкономической деятельности организации	Умеет: подготавливать отчет о проведенной научно-исследовательской работе Владеет: навыками подготовки научных публикаций по результатам проведенной научно-исследовательской работы Знает: Нормативные правовые акты, регламентирующие внешнеэкономическую деятельность Умеет: Разрабатывать стратегические и текущие планы для осуществления	- Учет и анализ в международном бизнесе - Методы исследования международного бизнеса

контроль за его выполнением	Пк-4.И-2.Вносит, при необходимости, дополнения и изменения в план внешнеэкономической деятельности организации	организацией внешнеэкономической деятельности. Владеет: Навыками обобщения и систематизирования информации о задачах организации в сфере внешнеэкономической деятельности Знает: Методы и основы системного анализа внешнеэкономической информации Умеет: Определять приоритеты и ключевые факторы развития внешнеэкономической деятельности организации Владеет: навыками использования вычислительной, копировальной, вспомогательной техники и различных видов телекоммуникационной связи	- Стратегический менеджмент. - Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках. - Трансфертное ценообразование в системе налогового
-----------------------------	--	--	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины.

4.1. Объем дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академических часов.

4.2. Структура дисциплины.

№ п/ п	Разделы и темы дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, вклю- чая самостоя- тельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успевае- мости (по неделям семестра) Форма промежу- точной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Пр. заня-	КСР		
1	Модуль 1. Современная система цен мирового рынка.							
2	Тема 1. Предмет и задачи курса «Международное ценообразование и ценовая политика	В	1-2	-	2		6	Фронтальный опрос, решение ситуационных задач, тестирование

	на внешних рынках»							
3	Тема 2. Система цен современного мирового рынка	В	1-2	-	2		6	Фронтальный опрос, решение ситуационных задач, тестирование
4	Тема 3. Особенности ценообразования на мировом рынке	В	2-3	2	4		8	Фронтальный опрос, решение ситуационных задач, тестирование
5	<i>Итого по модулю 1:</i>			2	8		26	Контрольная работа
6	Модуль 2. Основные методы установления и расчета внешнеторговых цен.							
7	Тема 4. Система методов ценообразования на мировом рынке	В	3-4	-	4		10	Фронтальный опрос, решение ситуационных задач, тестирование
8	Тема 5. Определение оптимального уровня цен в системе экспортного маркетинга	В	4-5	2	2		6	Фронтальный опрос, решение ситуационных задач, тестирование
9	Тема 6. Стратегия ценообразования при экспорте-импорте продукции.	В	5-6	2	2		8	Фронтальный опрос, решение ситуационных задач, тестирование
10	<i>Итого по модулю 3</i>	В		4	8		22	Контрольная работа
11	Экзамен	В					36	
12	ИТОГО:	108		6	16		86	

4.3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам).

Модуль 1. Современная система цен мирового рынка.

Тема 1. Предмет и задачи курса «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках»

Изучается механизм ценообразования в условиях административно-командной экономики и в условиях рынка. Объектом изучения курса является как отдельное предприятие, так и экономическая система в целом. Предмет изучения – система цен и механизм ценообразования на всех уровнях управления. Виды цен и их характеристика. Налоги в структуре цены. Система цен как совокупность

взаимосвязанных и дополняющих друг друга цен. Блоки цен, входящие в систему и взаимосвязь между ними. Взаимосвязь между системой цен и экономической средой, в которой они действуют. Классификационные признаки цен: характер обслуживаемого оборота и структура; характер регламентации и режим действия; уровень утверждения и характер дифференциации; сроки действия; роль в планировании, прогнозировании и государственном регулировании; способ включения транспортных расходов и др. Виды цен:

- по характеру обслуживаемого оборота и структуре: оптовые цены, отпускные цены, закупочные цены, сметные цены, розничные цены, транспортные тарифы и тарифы услуг, наценки (скидки) предприятий сферы обращения, мировые цены;

- по характеру регламентации цен и режиму действия: предельные (лимитные), договорные, регулируемые, свободные, преysкурантные (фиксированные), внутризаводские (трансфертные, внутрифирменные) цены;

- по уровню утверждения и характеру дифференциации: федеральные, зональные, поясные, республиканские (областные, краевые), районные, городские цены;

- по срокам действия: постоянные, договорные, сезонные, ступенчатые (скользящие) цены;

- по роли в планировании, прогнозировании и государственном регулировании: текущие, сопоставимые (сравнимые), перспективные, прогнозные, цены, плановые;

- по способу включения в цены транспортных расходов: франко-станция (пристань) отправления, франко-станция (пристань) назначения, франко-склад поставщика (потребителя), франко-скважина, франко-стройплощадка, франко-вагон и др. Сущность налога на добавленную стоимость (НДС).

Литература:

1. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
2. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.

Тема 2. Система цен современного мирового рынка

Механизм формирования рыночной цены. Понятие равновесных цен. Равновесие платежеспособности спроса и предложения товаров и услуг. Кривые спроса и предложения. Влияние спроса и предложения как регулятор производства. Влияние равновесных цен на динамику затрат. Зона неудовлетворенного спроса. Зона перенасыщенного рынка. Покупательная способность потребителя. Законы рыночного ценообразования. Равновесие между спросом и предложением как идеальное состояние рынка. Преимущества сбалансированного рынка: возможность долгосрочного планирования производства, прогнозирования экономических результатов деятельности и т. д.

Способы поддержания сбалансированности рынка: 1) постоянное наличие запаса товара; 2) резервирование производственных мощностей.

Литература :

1. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
2. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.
3. Данченко Л.А. Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л.А. Данченко, А.Г. Иванова, С.В. Ласковец, М.В. Маркова. М.: ЕАОИ, 2008. – 180 с.

Тема 3. Особенности ценообразования на мировом рынке

Необходимые условия рыночного ценообразования: экономическая самостоятельность и свобода выбора поведения предприятий-субъектов хозяйствования; коммерческая основа отношений субъектов хозяйствования, реализуемая посредством взаимовыгодных договоров; содействие и защита договорно- контрактных отношений; наличие конкурентной среды и преодоление монополизма; равновесие рынка. Факторы рыночного ценообразования: спроса, потребительского выбора, предложения, обусловленные альтернативными производственными возможностями и др. Целевые рынки. Направление анализа цен: оценка рынка продавца или рынка покупателя; определение и разграничение сферы деятельности предприятия на внутреннем рынке страны и на внешнем рынке ближнего и дальнего зарубежья; территориальная география рынков; соотношение городского и сельского рынков; сегментирование рынка и др.

Основные виды или сферы рыночного ценообразования: свободное определение цен; договорно-контрактное ценообразование; ценообразование в условиях частичной или полной монополизации рынка; ценообразование, осуществляемое под непосредственным и прямым государственным контролем. Ценообразование в условиях чистой конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции. Характер ценообразования в условиях олигополии. Особенности ценообразования в условиях чистой монополии.

Литература:

1. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
2. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.
3. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения: Учебник – М, 2007.

Модуль 2. Основные методы установления и расчета внешнеторговых цен.

Тема 4. Система методов ценообразования на мировом рынке

Методология ценообразования – совокупность общих правил, принципов и методов разработки концепции ценообразования, определения и обоснования цен, формирования системы цен, управления ценообразованием. Теория трудовой стоимости (У. Петти, А. Смит, Д. Рикардо, Д. С. Милль, К. Маркс). Теория «предель-

ной полезности» и принцип предельных величин (К. Менгер, Э. Бем-Баверк). Концепция равновесной цены как компромисс между вышеназванными экономическими теориями (А. Маршалл). Факторы, влияющие на величину цены: 1) предельная полезность товара; 2) издержки производства. Место и роль цены в системе экономических категорий в историческом аспекте: в условиях централизованного планирования и распределения; в условиях становления рыночных отношений. Связь места и роли цены с функциями, которые она выполняет. Функции цены: учетная (измерительная), распределительная, регулирующая, контролирующая.

Литература:

1. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
2. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.
3. Данченко Л.А. Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л.А. Данченко, А.Г. Иванова, С.В. Ласковец, М.В. Маркова. М.: ЕАОИ, 2008. – 180 с.
4. Кривцов А.И. Ценообразование : учебное пособие / А.И. Кривцов. – Самара : СИ (филиал) РГТЭУ, 2012. – 172 с. 2. Экономика: Учебник / Кураков Л.П. – М.: ЮниВестМедиа, 2011. – 640

Тема 5. Определение оптимального уровня цен в системе экспортного маркетинга

Понятие контрактной цены, типичной (справочной) цены, котировочной цены. Роль котировки на биржах реального товара. Состав, задачи и функции котировочной комиссии. Реквизиты биржевого бюллетеня. Понятие цены продавца (цены предложения), цены покупателя (цены спроса), цены сделки. Определение конъюнктуры рынка. Специальная терминология, применяемая для обозначения состояния рынка.

Понятие государственной дисциплины цен. Понятие нарушения государственной дисциплины цен. Экономические санкции, применяемые к нарушителям государственной дисциплины цен. Органы, осуществляющие контроль за соблюдением государственной дисциплины цен в Российской Федерации. Их задачи и функции. Порядок исчисления сумм, полученных в результате нарушения государственной дисциплины цен. Порядок применения экономических санкций. Основные методы государственного воздействия на процессы ценообразования: 1) прямое централизованное директивное установление цен на предельно ограниченный круг товаров и услуг (установление фиксированных цен) – на продукты и услуги общегосударственных монополий (электроэнергетика, газовая промышленность, связь); 2) централизованное установление справочных цен, используемых в качестве базы при заключении сделок (по углю, химическим волокнам, пластмассам); 3) применение во всех сделках цен, объявляемых наиболее эффективными производителями данной продукции, принцип «лидерства в ценах» (в добыче

нефти, металлургической промышленности, основной химии, деревообработке);
4) создание цивилизованных условий для свободного ценообразования.

Государственное регулирование цен. Система саморегулирования цен, действующая в рыночном хозяйстве.

Влияние государства на процесс внутреннего ценообразования осуществляется посредством:

- 1) прямого регулирования цен,
- 2) контроля за ценами.

Государственное регулирование цен как один из прямых методов борьбы с инфляцией. Роль и значение гарантированных, паритетных, фиксированных, договорных и других видов цен в борьбе с инфляцией, при ускорении выхода из кризиса, стабилизации экономики. Принципы ценообразования, действующие в рыночной экономике: стремление к равновесному рынку; тесное взаимодействие внутренних цен с мировыми; обязательное соблюдение паритета цен на сельскохозяйственную и промышленную продукцию. Основные зарубежные государственные организационные структуры, занятые регулированием цен, и их функции. Особенности регулирования цен в Канаде и Австрии. Задачи и функции наднациональных органов – Комиссии Совета Министров ЕЭС по контролю над уровнем максимальных и минимальных цен на сельскохозяйственную продукцию, производимую в странах ЕЭС. Наднациональный контроль за ценами на уголь, сталь, прокат в рамках Европейского общества угля и стали (ЕОУС).

Литература:

1. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
2. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.
3. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения: Учебник – М, 2007.

Тема 6. Стратегия ценообразования при экспорте-импорте продукции.

Ценовая политика предприятия (фирмы). Цена как категория, отражающая характеристику коммерческих взаимоотношений на рынке производителя, конкурентов и покупателя товаров. Ценовая политика как назначение таких цен на предлагаемые товаропроизводителем товары, которые были бы максимально привлекательны для покупателей. Элементы ценовой политики: цены, скидки, надбавки, рассрочки, кредиты и др. Виды скидок, применяемые в мировой практике: при покупке товаров за наличный расчет, за количество или 16 серийность, дилерские, специальные, сезонные, экспортные, скрытые, функциональные, товарообменный зачет и др. Виды надбавок: надбавки за повышенное качество, за более удобную и срочную поставку, за доставку товара непосредственно к месту использования и др. Понятие цены потребления и элементы, ее составляющие.

Этапы расчета исходной цены товара: 1) постановка задач ценообразования: обеспечение выживаемости предприятия, максимизация текущей прибыли, завоевание лидерства по показателям доли рынка, завоевание лидерства по показате-

лям качества товара; 2) определение спроса на товар: эластичного, неэластичного; 3) оценка издержек; 4) анализ цен товаров- конкурентов; 5) выбор метода ценообразования: «средние издержки плюс прибыль», на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли, на основе ощущаемой ценности товара; на основе торгов; 6) установление окончательной цены (с использованием формулы инфляционного скольжения цен). Стратегии ценообразования: стратегия высоких цен или «снятие сливок», стратегия низких цен или стратегия «проникновения», стратегия дифференцированных цен, стратегия единых цен, стратегия гибких цен, стратегия ценового лидера и т.д. Установление цен на новые товары (товары имитаторы; товары, имеющие аналоги; подлинные новинки). Ценообразование в рамках товарной номенклатуры; установление цен в рамках товарного ассортимента; установление цен на дополняющие товары; установление цен на обязательные принадлежности; установление цен на побочные продукты производства. Установление цен по географическому принципу: метод установления цены в месте происхождения товара; установление единой цены с включением в нее расходов по доставке; установление зональных цен; установление цен применительно к базисному пункту; установление цен с принятием на себя расходов по доставке. Установление цен со скидками и зачетами. Установление цен для стимулирования сбыта. Установление дифференцированных цен. Инициативное изменение цен: причины снижения цен (недогрузка производственных мощностей, сокращение доли рынка), причины повышения цен (инфляция, наличие чрезмерного спроса). Возможные реакции потребителей и конкурентов.

Литература:

1. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
2. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.
3. Кривцов А.И. Ценообразование : учебное пособие / А.И. Кривцов. – Самара : СИ (филиал) РГТЭУ, 2012. – 172 с. 2. Экономика: Учебник / Кураков Л.П. – М.: ЮниВестМедиа, 2011. – 640
4. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения: Учебник – М, 2007.

4.4. Темы семинарских занятий

Модуль 1. Современная система цен мирового рынка.

Тема 1. Предмет и задачи курса «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках».

Целью семинарских занятий является рассмотрение правил расчетов внешнеторговых, мировых цен, а также цен международных контрактов для реализации оптимальной ценовой политики на внешнем рынке; сущность ценообразования, основные задачи ценообразования, функции цен, ценообразующие факторы.

1. Сущность цены и задачи ценообразования в современной экономике.
2. Функции цен и условия формирования ценовой структуры.

Разработка и обсуждение проблемных докладов
Учебно-методическая литература [1,2,3]

Тема 2. Система цен современного мирового рынка

Целью семинарских занятий является дать студентам системное представление о системе ценообразования на мировых рынках, пояснить особенности международного ценообразования

1. Понятие системы цен и зависимость цен от особенностей и масштабов обслуживания рынка.
2. Виды цен независимо от масштабов обслуживания рынков.

Разработка и обсуждение проблемных докладов
Учебно-методическая литература [1,2,3,4,6]

Тема 3. Особенности ценообразования на мировом рынке

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимые знания о ценообразовании на разных типах мировых рынков.

1. Влияние ценообразующих условий на изменение цен мирового рынка.
2. Ценообразование на разных типах мировых рынков.

Разработка и обсуждение проблемных докладов
Учебно-методическая литература [1,2,3]

Модуль 2. Основные методы установления и расчета внешнеторговых цен.

Тема 4. Система методов ценообразования на мировом рынке.

Целью семинарского занятия является дать студентам необходимые знания о методах ценообразования.

1. Расчетные методы ценообразования.
2. Ценовые методы стимулирования сбыта продукции.

Разработка и обсуждение проблемных докладов
Учебно-методическая литература [1,2,3,4,5]

Тема 5. Определения оптимального уровня цен в системе экспортного маркетинга

Целью семинарских занятий является дать студентам знания об особенностях экспортного маркетинга.

1. Особенности экспортного маркетинга
2. Определение оптимального уровня цен

Разработка и обсуждение проблемных докладов
Учебно-методическая литература [1,2,5]

Тема 6. Стратегия ценообразования при экспорте-импорте продукции.

Целью семинарских занятий является дать студентам знания о сущности, особенностях и основных формах прямого и косвенного экспорта, динамике развития

цен на сырьевую и готовую продукцию на мировом рынке и влияние интернациональных издержек на них.

1. Особенности ценообразования при прямом и косвенном экспорте.
2. Конъюнктура рынков на сырьевые товары и готовую продукцию.

Разработка и обсуждение проблемных докладов

Учебно-методическая литература [1,2,5,6]

5. Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины используются активные методы и формы обучения, направленные на формирование у студентов способности четко формулировать выводы по изучаемым проблемам, иметь свою точку зрения на процессы, происходящие в современном мире, умения аргументировано отстаивать свое мнение по тем или иным вопросам.

Студенты делают устные доклады по темам занятий, участвуют в дискуссиях, работают в группах. Доклады должны быть небольшого объема (их представление должно занимать около 10 мин.). Групповая работа предполагает сначала обсуждение в малой группе, выработку общей позиции, которая затем обосновывается в дискуссии с другими группами и, как правило, представляется с помощью графических схем. Для компенсации пропущенных занятий или получения дополнительных баллов студенты могут готовить рефераты или эссе. Они также защищаются на семинаре в ходе обсуждения после доклада. Все эти формы деятельности производятся студентами в порядке собственной инициативы. Помимо этого существуют общеобязательные формы деятельности – подготовка к тестам и коллоквиумам.

Направление подготовки предусматривается широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: презентаций, деловых и ролевых игр, компьютерного тестирования, анализа конкретных ситуаций, тренингов. Предусмотрены также встречи с представителями предпринимательских структур, государственных и общественных организаций, мастер-классы специалистов. На проведение занятий в интерактивной форме отводится по учебному плану 20 часов.

Вузовская лекция должна выполнять не только информационную функцию, но также и мотивационную, воспитательную и обучающую.

Информационная функция лекции предполагает передачу необходимой информации по теме, которая должна стать основой для дальнейшей самостоятельной работы студента.

Мотивационная функция должна заключаться в стимулировании интереса студентов к науке. На лекции необходимо заинтересовывать, озадачивать студентов с целью выработки у них желания дальнейшего изучения той или иной экономической проблемы.

Воспитательная функция ориентирована на формирование у молодого поколения чувства ответственности, закладку нравственных, эстетических норм поведения в обществе и коллективе, формирование патриотических взглядов, мотивов социального поведения и действий, финансово-экономического мировоззрения.

Обучающая функция реализуется посредством формирования у студентов навыков работы с первоисточниками и научной и учебной литературой.

6.Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов является важной формой образовательного процесса - это ориентация на активные методы овладения знаниями, развитие творческих способностей студентов, переход от поточного к индивидуализированному обучению с учетом потребностей и возможностей личности.

Самостоятельная работа студентов по дисциплине включает все виды ее, выполняемые в соответствии с ФГОС ВО и рабочим учебным планом:

- конспектирования учебной, научной и периодической литературы;
 - подготовку к текущим занятиям - лекции, практическое занятие, лабораторная работа, семинар, контрольная работа, тестирование, устный опрос;
 - изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку;
 - поиска и обзора научных публикаций и электронных источников информации, подготовки заключения по обзору информации;
- кроме того:
- выполнение рефератов, домашних заданий, выполнение индивидуально полученных заданий или предложенных по личной инициативе студента, рефератов, докладов в группе, на студенческих конференциях,
 - участие в работах, выполняемых не в обязательном порядке под руководством преподавателя или без его руководства.

Результаты самостоятельной работы контролируются и учитываются при текущем и промежуточном контроле студента (экзамен). При этом проводятся: экспресс-опрос на семинарских и практических занятиях, заслушивание докладов, проверка письменных работ и т.д.

6.1.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов.

Виды и порядок выполнения самостоятельной работы:

1. Изучение рекомендованной литературы
2. Поиск в Интернете дополнительного материала
3. Подготовка реферата (до 5 страниц), презентации и доклада (10-15 минут)
4. Подготовка к экзамену

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Виды и порядок выполнения самостоятельной работы:

№ п/п	Вид самостоятельной работы	Вид контроля	Учебно-методич. обеспечение
-------	----------------------------	--------------	-----------------------------

1.	Подготовка реферата (до 5 страниц), презентации и доклада (10-15 минут)	Прием реферата, презентации, доклада и оценка качества их исполнения на мини-конференции.	См. разделы 6.1, 6.2 и 7 данного документа
2.	Подготовка к экзамену	Промежуточная аттестация в форме экзамена	См. разделы 6.3, 6.4 и 7 данного документа

1. Текущий контроль: Прием реферата, презентации, доклада и оценка качества их исполнения.

2. Промежуточная аттестация в форме экзамена.

Текущий контроль успеваемости осуществляется непрерывно, на протяжении всего курса. Прежде всего, это устный опрос по ходу лекции, выполняемый для оперативной активизации внимания студентов и оценки их уровня восприятия. Результаты устного опроса учитываются при выставлении рейтингового балла. Так же формой контроля самостоятельной работы является подготовка рефератов, содержание которых будет представлено публично на мини-конференции и сопровождено презентацией и небольшими тезисами в электронной форме.

Примерная тематика рефератов, докладов, эссе:

1. Особенности ценообразования на мировом рынке.
2. Факторы, влияющие на процесс ценообразования на мировых рынках.
3. Ценообразование во внешнеторговой деятельности.
4. Мировые цены на нефть и их влияние на экономику.
5. Стратегия ценообразования (на примере предприятия).
6. Цена и рентабельность во внешней торговле.
7. Ценообразование на потребительском рынке.
8. Современные подходы к ценообразованию.
9. Ценообразование и характеристики рынка.
10. Теоретические и практические аспекты оценки и анализа эластичности спроса.
11. Методы сбора информации об изменении спроса при изменении цен.
12. Система цен в экономике.
13. Методы государственного регулирования цен.
14. Вопросы ценообразования в Гражданском и Налоговом Кодексе Российской Федерации.
15. Анализ безубыточности решений в ценообразовании.
16. Детальный анализ безубыточности решений в ценообразовании.
17. Методы затратного ценообразования.
18. Методы рыночного ценообразования.
19. Ценообразование на конкурсные проекты. еновая политика.
20. Стратегия и тактика ценообразования.
21. Формирование цен на металлы с учетом конъюнктуры мирового рынка.

22. Ценообразование на мировом рынке рабочей силы.
23. Механизм формирования цен на мировых рынках.
24. Формирование мировых цен на услуги сотовой связи.
25. Мировые цены и инфляция.
26. Моделирование процессов сближения внутренних цен с мировыми.
27. Мировые рынки: конъюнктура и цены.
28. Информационно – методологические основы расчета внешнеторговой цены.
29. Конъюнктурно – ценовой анализ рынков экспортно – импортной продукции.
30. Оптимизация экспортно – импортной деятельности предприятия.

Рекомендации к последовательности выполнения реферата.

Изучение проблемы по материалам учебной, периодической литературы и ресурсам Интернет

1. Согласовать название сообщения.
2. Написать тезисы реферата по теме.
3. Выразить, чем интересна выбранная тема в наши дни.
4. Подготовить презентацию по выбранной теме.
5. Сделать сообщение на мини-конференции.

6.2 Темы дисциплины для самостоятельного изучения:

Содержание темы для самостоятельного изучения и ссылки на литературу	Форма контроля
Тема 1. Предмет и задачи курса «Международное ценообразование и ценовая политика на внешних рынках» 1. Сущность цены и задачи ценообразования в современной экономике. 2. Функции цен и условия формирования ценовой структуры. 3. Понятие системы цен и зависимость цен от особенностей и масштабов обслуживания рынка. 4. Виды цен независимо от масштабов обслуживания рынков. <i>Литература [1,2,3,4,6]</i>	Презентации, доклады, рефераты
Тема 2. Система цен современного мирового рынка 1. Понятие системы цен и зависимость цен от особенностей и масштабов обслуживания рынка. 2. Виды цен независимо от масштабов обслуживания рынков. <i>Литература [1,2,3,4,6]</i>	Презентации, доклады, рефераты
Тема 3. Особенности ценообразования на мировом рынке 1. Влияние ценообразующих условий на изменение цен мирового рынка. 2. Ценообразование на разных типах мировых рынков. <i>Литература [1,2,3]</i>	Презентации, доклады, рефераты
Тема 4. Система методов ценообразования на мировом рынке 1. Расчетные методы ценообразования. 2. Ценовые методы стимулирования сбыта продукции.	Презентации, доклады, рефераты

<i>Литература [1,2,3,4,5]</i>	
Тема 5. Определение оптимального уровня цен в системе экспортного маркетинга 1. Особенности экспортного маркетинга 2. Определение оптимального уровня цен <i>Литература [1,2,5]</i>	Презентации, доклады, рефераты
Тема 6. Стратегия ценообразования при экспорте-импорте продукции. 1. Особенности ценообразования при прямом и косвенном экспорте. 2. Конъюнктура рынков на сырьевые товары и готовую продукцию. <i>Литература [1,2,5,6]</i>	Презентации, доклады, рефераты

7. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1. Типовые контрольные задания

Задания для текущего контроля успеваемости (по модулям)

1. Цели и методы государственного регулирования цен в рыночной экономике.
2. Способы прямого государственного регулирования цен в рыночной экономике.
3. Субъекты государственного регулирования цен, их функции.
4. Классификация цен в зависимости от стадии движения товара. Структура цен.
5. Классификация цен в зависимости от степени вмешательства государства. Уровни государственного регулирования цен.
6. Классификация цен по способу фиксации в контракте.
7. Классификация цен по учету фактора времени.
8. Ценообразование на рынке свободной конкуренции
9. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции
10. Ценообразование в условиях олигополии и монополии.
11. Функции цен.
12. Эластичность спроса по цене. Расчет дуговых коэффициентов эластичности.
13. Виды товаров по ценовой эластичности спроса. Учет ценовой эластичности спроса при принятии ценовых решений.
14. Факторы, влияющие на ценовую эластичность спроса.
15. Эластичность спроса по доходам
16. Перекрестная эластичность спроса. Признаки взаимозаменяемости товаров.
17. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о фактических покупках.
18. Изучение реакции покупателей на изменение цен по данным о предпочтениях и намерениях покупателей

19. Графическое изображение бухгалтерской и экономической моделей безубыточности.
20. Бухгалтерская модель безубыточности. Расчет точки безубыточности. Допущения, принятые при построении бухгалтерской модели безубыточности.
21. Анализ безубыточности решений по изменениям цен при постоянстве затрат.
22. Анализ безубыточности решений по изменению постоянных и переменных издержек
23. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимозаменяемых товаров
24. Анализ безубыточности решений по изменению цен при продаже взаимодополняемых товаров
25. Сущность стратегии ценообразования. Содержание работ по определению стратегии ценообразования.
26. Стратегии конкурентного ценообразования.
27. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Методы определения рыночной цены.
28. Вопросы ценообразования в Налоговом Кодексе Российской Федерации. Порядок контроля со стороны налоговых органов за уровнем цен.
29. Вопросы ценообразования в Гражданском Кодексе Российской Федерации.
30. Стратегия дифференцированного ценообразования. Оценка условий применения.
31. Географические стратегии ценообразования
32. Затратные методы ценообразования. Сущность, достоинства, недостатки, условия применения.
33. Сравнительный анализ калькулирования по полным и по сокращенным затратам.
34. Нижняя граница цены.
35. Ценностный подход к ценообразованию. Сущность, последовательность расчетов.
36. Ценообразование на конкурсные проекты. Виды торгов.
37. Параметрические методы ценообразования
38. Скидки как элемент тактики ценообразования. Виды скидок.
39. Скидки за объем. Виды, условия применения, способы расчета.
40. Экономическое обоснование заявки на участие в торгах.

Тесты

- 1) Какая цена определяется издержками производства:
 - а) максимальная;
 - б) средняя;
 - в) минимальная.
- 2) В состав полной себестоимости включается:
 - а) транспортный налог;
 - б) земельный налог;

- в) плата за пользование природными ресурсами;
- г) все вышеперечисленное.

3) По каким ценам реализуются предприятиями импортные товары оптовой организации:

- а) свободным отпускным оптовым ценам, с налогом на добавленную стоимость;
- б) расчетной цене с НДС;
- в) свободным розничным ценам.

4) Торговая наценка включает:

- а) издержки обращения, прибыль, НДС;
- б) издержки обращения, прибыль, НДС, транспортные расходы;
- в) цену приобретения, прибыль, НДС.

5) В зависимости от времени возникновения выделяют следующие виды себестоимости:

- а) смета затрат на производство;
- б) производственная;
- в) среднеотраслевая;
- г) калькуляция;
- д) плановая;
- е) индивидуальная;
- ж) зональная;
- з) полная;
- и) фактическая.

6) Прибыль от реализации продукции определяется как разница между:

- а) выручкой от реализации продукции, товаров и себестоимостью;
- б) выручкой от реализации продукции, товаров без косвенных налогов и себестоимостью;
- в) выручкой от реализации продукции, товаров без всех начисленных налогов, сборов и себестоимостью;
- г) выручкой от реализации продукции, товаров без прямых налогов и себестоимостью.

7) Наценку для кафе и ресторанов утверждают:

- а) служба по тарифам правительства области;
- б) руководитель предприятия общественного питания;
- в) отдел цен городской администрации.

8) От какой цены рассчитывается торговая надбавка при условии, что товар реализуется оптовым предприятием в розничную торговлю:

- а) свободной, отпускной оптовой цены (без НДС) плюс оптовая надбавка;
- б) свободной отпускной цены (с НДС) плюс оптовая надбавка;

в) свободной отпускной цены (без НДС) плюс оптовая надбавка плюс НДС.

9) Розничная цена на подакцизный товар включает:

- а) себестоимость, прибыль, акциз;
- б) себестоимость, прибыль, НДС;
- в) себестоимость, прибыль, акциз, торговую надбавку;
- г) себестоимость, прибыль, акциз, НДС, торговую надбавку.

10) В каком случае плата за транспортировку, хранение, доставку материальных ресурсов отражается по элементу «Материальные затраты».

- а) на усмотрение предприятия;
- б) при доставке сторонними организациями;
- в) при доставке их транспортом и персоналом самого предприятия.

11) Эффективность выпуска продукции определяется:

- а) коэффициентом рентабельности;
- б) структурой себестоимости;
- в) тяжестью налогового бремени.

12) Рассчитать уровень розничной цены 1 кг масла крестьянского при следующих данных: норма расхода молока 1 кг масла – 20,82 кг, закупочная цена (без НДС) – 6,5 руб., стоимость возвратных отходов – 4,85 руб., затраты на обработку – 12,87 руб., обязательные страховые платежи 26,4%, коммерческие расходы – 1%, рентабельность – 10%, налог на добавленную стоимость – 10%, торговая надбавка – 15%.

13) Промышленное предприятие-изготовитель реализует свою продукцию сбытовой организации по:

- а) отпускной оптовой цене предприятия без НДС;
- б) оптовой цене предприятия;
- в) отпускной оптовой цене предприятия с НДС и акцизом.

14) Точка безубыточности – это:

- а) уровень производства, при котором величина издержек равна выручке;
- б) уровень производства, при котором величина издержек превышает выручку;
- в) уровень производства меньше выручки.

15) Продажная цена на продукцию общественного питания включает:

- а) издержки обращения и наценку;
- б) затраты на оплату труда и наценку;
- в) калькуляцию, наценку.

16) Запас финансовой прочности рассчитывается, как:

- а) разница между выручкой от реализации и порогом рентабельности;
- б) разница между выручкой от реализации и критическим объемом реализации;
- в) как частное от деления постоянных затрат на разницу между ценой и средними переменными затратами.

17) По гражданскому кодексу цена, указанная в договоре:

- а) не может изменяться;
- б) может изменяться по желанию одной из сторон;
- в) может изменяться в соответствии с законом.

18) По условиям поставки и продажи выделяют следующие виды цен:

- а) цены торгов;
- б) цена – брутто;
- в) твердые цены.

Задачи

Задача 1.

Выбрав необходимые данные, среди приведенных ниже исходных, определите рыночную цену для целей налогообложения методом последующей реализации. Цена последующей реализации - 100 рублей, затраты, понесенные покупателем при перепродаже (без учета цены приобретения - 5 рублей, затраты на производство (приобретение и реализацию) - 70 рублей, обычная для данной сферы деятельности

прибыль 15 рублей. Ответ: _____

Задача 2.

Организация реализует товар по обычной цене в 200 рублей, но допускает отклонения этих цен более чем на 20%. В таблице определите уровни рыночных цен для целей налогообложения. Рыночная цена 220 руб. ____

Цена фактической реализации, руб.	Цена для целей налогообложения
150	
190	
200	
210	
230	

Контрольные вопросы к экзамену

1. Предмет, задачи и механизм цен и ценообразования на мировом рынке.
2. Понятие мировой цены и её признаки.
3. Виды цен, которые служат ориентиром для участников внешней торговли при определении цен на товары.
4. Основные ценообразующие условия на мировом рынке.
5. Цена и издержки производства.

6. Изменение цен в ходе цикла воспроизводства.
7. Стратегия целевой нормы прибыли.
8. Ценообразование на различных типах мировых рынков.
9. Функции цен и ценообразующие факторы.
10. Виды цен, зависящих от особенностей и масштабов обслуживания рынков.
11. Система цен, не зависящих от особенностей и масштабов обслуживания рынков.
12. Влияние монополий на цены.
13. Ценовая стратегия, обеспечивающая проникновение на рынок.
14. Воздействие государства на цены.
15. Определение периода сохранения высоких цен.
16. Содержание валютного демпинга.
17. Ценовая стратегия для принципиально новых товаров.
18. Роль инфляции в ценообразовании.
19. Изменения в базисных условиях поставки (Инкотермс 2000).
20. Разновидности стратегии ценообразования, их связь с целями фирмы.
21. Установление цен на небиржевые товары.
22. Понятие стратегии ценообразования.
23. Удельная стоимость и биржевые котировки.
24. Справочные цены.
25. Цены аукционов, особенности их формирования.
26. Цены фактических сделок.
27. Установление цены на основе издержек производства и нормы прибыли.
28. Информационно-методологические основы ценовых расчетов.
29. Расчетные цены.
30. Публикуемые цены.
31. Трансфертная цена. Характеристика случаев, в которых используется трансфертное ценообразование.
32. Обеспечение целевой прибыли как один из принципов определения внешне-торговых цен.
33. Установление цен на новый товар. Установление цен на подлинно новинку.
34. Установление престижной цены.
35. Установление цен на обязательные принадлежности.
36. Установление цен на побочные продукты производства.
37. Определение оптимального уровня цены в системе экспортного маркетинга.
38. Методологические основы, необходимые для точности определения уровня цены.
39. Скользящие цены: понятие и методика определения.
40. Поправки на уторгование.
41. Срок окупаемости его значение для установления уровня цены.
42. Поправки на срок поставки.
43. Понятие абсолютных и относительных поправок.
44. Интегральный показатель качества, его использование для определения внешнеторговой цены.

45. Поправки на серийность.
46. Определение внешнеторговой цены с учетом поправок.
47. Поправки на условия платежа (поставщик кредитует заказчика).
48. Поправки на условия платежа (заказчик кредитует поставщика).
49. Методы экономического анализа в ценообразовании.
50. Одновременный учет влияния параметров изделия на цену (путем составления уравнений регрессии).
51. Стратегия психологического ценообразования.
52. Понятие конъюнктуры мирового рынка и ее характерные черты.
53. Конъюнктура и экономический цикл. Основные факторы формирования и развития конъюнктуры.
54. Показатели экономической конъюнктуры.
55. Прогнозирование конъюнктуры.
56. Специфические конъюнктурообразующие факторы, действующие на рынках сырья.
57. Показатели изучения конъюнктуры рынков сырья.
58. Специфические показатели конъюнктуры, используемые при анализе и прогнозировании рынков машин и оборудования.
59. Особенности анализа конъюнктуры рынков машин и оборудования.
60. Специфика использования конъюнктуры рынка услуг.
61. Специфика конъюнктуры рынка технологии и "ноу-хау".
62. Роялти, ставка роялти.
63. Последовательный учет влияния параметров изделия на цену.
64. Определение степенного коэффициента торможения цены.
65. Определение коэффициента торможения цены на основе удельной стоимости.
66. Определение оптимального уровня экспортных цен.
67. Расчетные методы ценообразования.
68. Методы стимулирования сбыта продукции.
69. Методы технико-экономических сопоставлений при определении цен на мировом рынке.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций.

Общий результат выводится как интегральная оценка, складывающаяся из текущего контроля – 50 % и промежуточного контроля – 50 %.

Текущий контроль по дисциплине включает:

- посещение занятий - 10 баллов,
- участие на практических занятиях - 50 баллов,
- выполнение домашних (аудиторных) контрольных работ - 40 баллов.

Промежуточный контроль по дисциплине включает:

- устный опрос - 20 баллов,
- письменная контрольная работа - 40 баллов,
- тестирование - 40 баллов.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.

а) основная литература:

1. Лев, М.Ю. Цены и ценообразование: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / М.Ю. Лев. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юнити-Дана, 2015. - 383 с. : табл., схем. - Библиогр. в кн.. - ISBN 978-5-238-02643-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=446413>
2. Бутакова М.М. Ценообразование в мировой экономике. Барнаул, ММЦ АГУ, 2009.
3. Воронина Н.В. Мировой рынок нефти: тенденции развития и особенности ценообразования Практический маркетинг №10, 2007.
4. Грачев Ю.Н. Практика внешнеэкономической деятельности. – М.: Экономика, 2006.
5. Данченко Л.А. Маркетинговое ценообразование и анализ цен : учебное пособие / Л.А. Данченко, А.Г. Иванова, С.В. Ласковец, М.В. Маркова. М.: ЕАОИ, 2008. – 180 с.
6. Иванов Н.С. Глобализация и проблемы оптимальной стратегии ценообразования // Вопросы экономики. 2010, №2.
7. Кривцов А.И. Ценообразование : учебное пособие / А.И. Кривцов. – Самара : СИ (филиал) РГТЭУ, 2012. – 172 с. 2. Экономика: Учебник / Кураков Л.П. – М.: ЮниВестМедиа, 2011. – 640
8. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения: Учебник – М, 2007.

б) дополнительная литература:

1. Новиков В., Голяшева Т. Сырьевой рынок России. - Экономист, N 7, 2006г.
2. Никитин С.П. Внешняя торговля и ценообразование: теория и практика. - Деньги и кредит, N 6, 2006.
3. Финансы и цены. Учебное пособие/ Под ред. проф. Б.А. Слепова. - М., 2011г.
4. Пунин Е.И. Ценообразование в международной торговле. Теория и практика формирования цен в условиях НТР. - М., 2005.
5. Уткин Э.А. Цены. Ценообразование. Ценовая политика: Учебник. М.: Изд-во ЭКМОС, 2007.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.

1. [http: www.expert.ru](http://www.expert.ru)
2. [http: www.finam.ru](http://www.finam.ru)
3. [http: www.opec.ru](http://www.opec.ru).
4. [http: www.konoplanik.ru](http://www.konoplanik.ru)
9. [http: www.mabico.ru](http://www.mabico.ru).
10. Электронная библиотечная система <http://www.book.ru>

11. Библиотека экономической и деловой литературы
<http://www.aup.ru/library/>

12. Библиотека экономической и управленческой литературы
<http://eup.ru/Catalog/All-All.asp>

13. Электронная библиотека по бизнесу, финансам, экономике и смежным темам <http://www.finbook.biz/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

Освоение дисциплины в полном объеме может быть достигнуто при посещении всех лекций и семинаров и выполнении предлагаемых заданий в виде докладов, тестов и устных вопросов. На лекциях рекомендуется деятельность студента в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. На семинарских занятиях деятельность студента заключается в активном слушании докладов других студентов, предоставлении собственных докладов, участии в обсуждении докладов, выполнении контрольных заданий. Темы студенческих докладов выбираются по согласованию с преподавателем в соответствии с планом семинарских занятий. При подготовке доклада рекомендуется обсудить содержание будущего доклада с преподавателем и получить методические рекомендации по его подготовке, в том числе указания на литературу. Литература, помимо указанной в программе, может самостоятельно подбираться студентом, в частности с привлечением источников из сети Интернет.

В случае если студентом пропущено лекционное или семинарское занятие, он может освоить пропущенную тему самостоятельно с опорой на план занятия, рекомендуемую литературу и консультативные рекомендации преподавателя. При подготовке докладов студент, помимо указанных источников, может активно привлекать информацию, полученную на других курсах, а также излагать собственные соображения как специалиста в области информационных технологий. Проведению экзамена предшествует коллективная аудиторная консультация, на которой даются советы по подготовке к экзамену. В целом рекомендуется регулярно посещать занятия и выполнять текущие занятия, что обеспечит достаточный уровень готовности к сдаче экзамена.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем.

При подготовке к практическим занятиям, а также при написании рефератов могут использоваться поисковые сайты сети «Интернет», информационно-справочная система «Консультант+», а также Интернет-ресурсы, перечисленные в разделе 9 данной программы. Кроме того, могут использоваться учебные курсы, размещенные на платформе Moodle ДГУ, а также учебные материалы, размещенные на образовательных блогах преподавателей экономического факультета ДГУ. Для проведения индивидуальных консультаций может использоваться электронная почта.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.

Стандартная практическая аудитория для группы 10 чел., мультимедиапроектор, ноутбук.

На экономическом факультете Дагестанского государственного университета имеются аудитории (305 ауд., 319 ауд., 311 ауд., 318 ауд.), оборудованные интерактивными, мультимедийными досками, проекторами, что позволяет читать лекции в формате презентаций, разработанных с помощью пакета прикладных программ MS Power Point, использовать наглядные, иллюстрированные материалы, обширную информацию в табличной и графической формах, пакет прикладных обучающих программ, а также электронные ресурсы сети Интернет.