

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГУ»)**

Институт социально-экономических наук
Факультет маркетинга и рекламы
Кафедра интегрированных коммуникаций и рекламы

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ / PRICING

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

Брендинговые технологии в рекламе / Branding technologies in advertising (на английском языке)

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2026

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ / PRICING

Рабочая программа дисциплины

Составитель: кандидат экономических наук, доцент Секерин Д.В.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры
№8 от 04.09.2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка	4
1.1. Цель и задачи дисциплины	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	6
2. Структура дисциплины	6
3. Содержание дисциплины	7
4. Образовательные технологии	10
5. Оценка планируемых результатов обучения	11
5.1. Система оценивания	11
5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине	12
5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	14
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	17
6.1. Список источников и литературы	17
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимый для изучения дисциплины	19
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины	19
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья	20
9. Методические материалы	21
9.1. Планы семинарских занятий	21
Приложения	Ошибка! Закладка не определена.
Приложение 1. Аннотация дисциплины	Ошибка! Закладка не определена.

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель дисциплины – сформировать у студентов комплекс знаний и практических навыков в области разработки, анализа и реализации ценовой политики в условиях рынка, с учетом отраслевых особенностей и целей бизнеса, а также развить умение применять современные методы и инструменты ценообразования для обоснования и принятия управленческих решений в профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- изучение понятийного аппарата, теоретических основ и современных стратегий ценообразования;
- формирование целостного представления ценообразования как элемента корпоративной стратегии и инструмента маркетинга во взаимодействии с другими функциональными областями предприятия (финансы, продажи, производство);
- освоение принципов и методов расчета цен на различные товары и услуги, включая механизмы свободного ценообразования, а также анализ влияния звеньев товародвижения, налогов, акцизов и т.п. на формирование цен;
- развитие практических навыков анализа рыночной среды, разработки и адаптации ценовой стратегии с применением современных подходов (динамическое ценообразование, алгоритмическое ценообразование и т.п.);
- формирование умения решать прикладные задачи ценообразования с использованием комплексного подхода (анализ себестоимости, конкуренции, поведения потребителей).

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-2. Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1. Анализирует имеющиеся ресурсы и ограничения, оценивает и выбирает оптимальные способы решения поставленных задач	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • правовые нормы, регулирующие ценообразование; • виды ресурсов и типы ограничений, значимые для ценообразования; • критерии выбора оптимальных методов ценообразования, а также инструменты анализа и оценки ценовых стратегий. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • формулировать задачи ценообразования в рамках маркетинговых целей и анализировать доступные ресурсы и ограничения; • выбирать и обосновывать оптимальные методы расчета цен с учетом правовых норм и рыночных условий; • разрабатывать и адаптировать ценовые стратегии для рекламных и коммуникационных кампаний.

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
		<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • методиками анализа ресурсной базы и проведения аудита ценовых решений; • техниками многокритериальной оценки альтернатив и инструментами моделирования сценариев; • навыками работы с программным обеспечением для расчета цен, анализа данных и презентации обоснованных ценовых предложений.
<p>ОПК-4. Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности</p>	<p>ОПК-4.1. Соотносит социологические данные с запросами и потребностями общества и отдельных аудиторных групп</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ключевые социально-демографические и психографические параметры, влияющие на восприятие цены; • типовые модели потребительского поведения в отношении цены; • правовые и этические нормы работы с персональными данными в маркетинговых исследованиях. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выявлять и систематизировать потребности разных аудиторных групп на основе социологических данных; • анализировать влияние социальных и культурных факторов на восприятие цены целевой аудиторией; • адаптировать ценовые предложения и коммуникации под специфику отдельных сегментов; • оценивать эффективность ценовой коммуникации с точки зрения отклика аудитории. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками работы с базами социологических и маркетинговых исследований; • методиками сегментации аудитории по ценовым предпочтениям и платежеспособности; • инструментами визуализации данных для презентации ценовых решений; • методами оценки восприятия цены через качественные и количественные метрики.

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-6. Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	ОПК-6.1. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные программные продукты для расчета, моделирования и тестирования цен; • принципы работы облачных сервисов и платформ для управления ценообразованием; • базовые требования к информационной безопасности и конфиденциальности при работе с данными. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> • подбирать и обосновывать выбор программного обеспечения и технических средств под конкретные цели. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> • навыками работы с табличными редакторами для построения ценовых моделей; • приемами автоматизации расчетов и визуализации данных; • приемами обеспечения информационной безопасности при работе с конфиденциальными данными.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана по направлению подготовки бакалавриата 42.03.01. «Реклама и связи с общественностью» (профиль «Современные коммуникации и реклама»).

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	14
5	Семинарские/практические занятия	28
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 48 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	8
6	Семинарские/практические занятия	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

2. Discipline structure

The total labor intensity of the discipline is 3 Credit, 108 academic hours (s).

Discipline structure for full-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
5	Lectures	14
5	Workshops/Lab Works	28
Total:		42

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 48 academic hours (s).

Discipline structure for part-time training

The scope of the discipline in the form of contact work of students with pedagogical workers and (or) persons involved in the implementation of the educational program on other conditions during training sessions:

Semester	Type of training sessions	Number of hours
6	Lectures	8
6	Workshops/Lab Works	16
Total:		24

The scope of the discipline (module) in the form of independent work of students is 66 academic hours (s).

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Роль цены в системе маркетинга 4P	Цена в системе маркетинг-микса. Взаимосвязь ценовой политики с товарной, сбытовой и коммуникационной политикой предприятия. Понятие жизненного цикла товара, особенности ценообразования на различных этапах жизненного цикла товара (внедрение, рост, зрелость, насыщение, спад). Цена как инструмент позиционирования и фактор восприятия товара потребителем.
2	Стратегия ценообразования	Экономическая сущность цены и ценообразования. Цели, задачи и принципы формирования ценовой политики предприятия. Процесс установления цены на новый товар. Затратные, рыночные и параметрические методы ценообразования.
3	Закон спроса и предложения. Психология восприятия цены	Кривая спроса и кривая предложения, факторы их сдвига. Рыночное равновесие и равновесная цена. Эластичность спроса по цене и доходу, ее виды и практическое применение. Психология восприятия цены потребителем, маркетинговые методы ценообразования.
4	Налоги в системе ценообразования	Структура цены как соотношение отдельных элементов. Себестоимость и прибыль в составе цены. Наценки посредников и торговых организаций. Формирование конечной розничной цены. Налог на добавленную стоимость (НДС), акцизы, налог на прибыль.
5	Постоянные и переменные издержки в ценообразовании	Сущность и классификация издержек производства. Постоянные издержки, их состав и влияние на цену. Переменные издержки, их состав и влияние на цену. Взаимосвязь постоянных и переменных издержек при формировании цены. Точка безубыточности и методы ее расчета. Роль издержек в определении нижней границы цены.
6	Внешнеэкономическая деятельность и таможенное регулирование цен	Экспорт и импорт, таможенные пошлины и сборы в структуре цены. Курс валют, контрактные цены, биржевые цены, минимальная стоимость.
7	Динамическое ценообразование и алгоритмические модели. Ценообразование на маркетплейсах	Сущность и условия применения динамического ценообразования. Алгоритмические модели ценообразования на основе больших данных. Особенности ценообразования на маркетплейсах, алгоритмы ранжирования, автоматическое изменение цен.
8	Программы лояльности в системе ценообразования	Программы лояльности как инструмент удержания клиентов и снижения ценовой чувствительности. Экономика программ лояльности; программы лояльности в условиях коммодитизации как способ создания привязанности к бренду и ухода от чистой ценовой конкуренции.
9	Влияние денежно-кредитной политики на ценообразование	Влияние инфляции на уровень и динамику цен. Ключевая ставка ЦБ как инструмент регулирования экономики. Дисконтирование и покупательская способность денег. Взаимосвязь ставки дисконтирования и ключевой ставки ЦБ.

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
10	Оценка эффективности ценовой политики предприятия	Система показателей оценки: финансовые показатели (прибыль, рентабельность, маржинальность), рыночные показатели (доля рынка, объем продаж), операционные показатели (оборачиваемость). Количественные и качественные методы оценки результатов ценообразования. Этапы проведения оценки эффективности ценовой политики. Корректировка ценовой стратегии по результатам анализа.

3. Contents of the discipline

№	Name of the discipline section	Content
1	The role of price in the marketing system 4P	Price in the marketing mix. The relationship between pricing policy and the company's product, sales, and communications policies. The concept of the product life cycle and pricing characteristics at various stages of the product life cycle (introduction, growth, maturity, saturation, decline). Price as a positioning tool and a factor in consumer perception.
2	Pricing strategy	The economic essence of price and pricing. Goals, objectives, and principles of forming an enterprise's pricing policy. The process of setting the price of a new product. Cost-based, market-based, and parametric pricing methods.
3	The Law of Supply and Demand: The Psychology of Price Perception	The demand curve and supply curve, and the factors that shift them. Market equilibrium and equilibrium price. Price and income elasticity of demand, its types, and practical applications. The psychology of consumer price perception, marketing pricing methods.
4	Taxes in the pricing system	Price structure as the relationship between individual elements. Cost and profit included in the price. Markups of intermediaries and retail organizations. Formation of the final retail price. Value-added tax (VAT), excise taxes, and income tax.
5	Fixed and variable costs in pricing.	The nature and classification of production costs. Fixed costs, their composition, and impact on price. Variable costs, their composition, and impact on price. The relationship between fixed and variable costs in price formation. The break-even point and methods for calculating it. The role of costs in determining the lower price limit.
6	Foreign economic activity and customs regulation of prices	Export and import, customs duties and fees in the price structure. Exchange rates, contract prices, exchange prices, minimum prices
7	Dynamic Pricing and Algorithmic Models. Marketplace Pricing	The nature and application of dynamic pricing. Algorithmic pricing models based on big data. Pricing features on marketplaces, ranking algorithms, and automatic price adjustments.
8	Loyalty programs in the pricing system	Loyalty programs as a tool for customer retention and reducing price sensitivity. The economics of loyalty programs; loyalty programs in the context of commoditization to create brand attachment and avoid pure price competition.

№	Name of the discipline section	Content
9	The impact of monetary policy on pricing	he impact of inflation on price levels and price dynamics. The Central Bank's key rate as an instrument of economic regulation. Discounting and the purchasing power of money. The relationship between the discount rate and the Central Bank's key rate.
10	Evaluation of the effectiveness of the enterprise's pricing policy	Evaluation metrics: financial indicators (profit, profitability, marginality), market indicators (market share, sales volume), operational indicators (turnover). Quantitative and qualitative methods for assessing pricing results. Stages of evaluating the effectiveness of pricing policy. Adjusting the pricing strategy based on the analysis results.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются традиционные образовательные технологии (лекции, семинары, контрольные вопросы) и активные образовательные технологии (кейсы, доклады и выступления, тестирование).

Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

№	Наименование раздела дисциплины	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1	Роль цены в системе маркетинга 4P	Лекция 1	Лекционное занятие с использованием презентации
2	Стратегия ценообразования	Лекция 2	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
3	Закон спроса и предложения. Психология восприятия цены	Лекция 3	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
4	Налоги в системе ценообразования	Лекция 4	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
5	Постоянные и переменные издержки в ценообразовании	Лекция 5	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
		Семинар	Контрольная точка №1 Расчет себестоимости продукции
6	Внешнеэкономическая деятельность и таможенное регулирование цен	Лекция 6	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
7	Динамическое ценообразование и алгоритмические модели. Ценообразование на маркетплейсах	Лекция 7	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
8	Программы лояльности в системе ценообразования	Лекция 8	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
		Семинар	Контрольная точка №2 Расчет программы лояльности
9		Лекция 9	Лекционное занятие с использованием презентации

№	Наименование раздела дисциплины	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
	Влияние денежно-кредитной политики на ценообразование	Семинар	Решение задач
10	Оценка эффективности ценовой политики предприятия	Лекция 10	Лекционное занятие с использованием презентации
		Семинар	Решение задач
11	Промежуточная аттестация	Экзамен	Тестирование

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- участие в дискуссии на лекции	2 балла	20 баллов
- контроль на семинарских занятиях	2 балла	22 балла
- контрольная точка	9 баллов	18 баллов
Промежуточная аттестация (экзамен)		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с ниже приведенной таблицей.

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS	
95 – 100	отлично	зачтено	A	
83 – 94			B	
68 – 82	хорошо		C	
56 – 67			D	
50 – 55	удовлетворительно	не зачтено	E	
20 – 49			неудовлетворительно	FX
0 – 19				F

5. Assessment of planned learning outcomes

5.1. Assessment system

Form of control	Maximum number of points	
	For one job	Total
Ongoing assessment:		
- participation in lecture discussions	2 points	0 points
- assessment in seminars	2 points	22 points
- checkpoint	9 points	18 points
Midterm assessment (exam)		40 points
Total for the semester (course)		100 points

The resulting aggregate score is converted into the traditional grading scale and into the grading scale of the European Credit Transfer System (ECTS) in accordance with the table below.

100-point scale	Traditional scale		Scale ECTS
95 – 100	excellent	passed	A
83 – 94			B
68 – 82	good		C
56 – 67	satisfactory		D
50 – 55			E
20 – 49	unsatisfactory	failed	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А, В	«отлично» / «зачтено (отлично)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо» / «зачтено (хорошо)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
67-50/ D, E	«удовлетворительно» / «зачтено (удовлетворительно)» / «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F, FX	«неудовлетворительно» / не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации. Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.2. Criteria for assigning grades in the discipline

Points/Scale ECTS	Discipline assessment	Criteria for assessing learning outcomes in the discipline
100–83/ A,B	"Excellent"/ "Passed (Excellent)"/ "Passed"	<p>Awarded to students who have thoroughly and thoroughly mastered the theoretical and practical material and can demonstrate this in class and during midterm assessments.</p> <p>The student presents the material comprehensively and logically, can connect theory with practice, solves highly complex professional problems, and accurately justifies their decisions.</p> <p>They are fluent in academic and professional literature.</p> <p>The students' grade on this course is determined based on the results of the current and midterm assessments.</p> <p>The competencies assigned to this course are developed at the "high" level.</p>
82–68/ C	"Good"/ "Passed (Good)"/ "Passed"	<p>A student is awarded a grade if they have a thorough knowledge of the theoretical and practical material, present it competently and to the point in class and during the midterm assessment, and avoid significant inaccuracies.</p> <p>The student correctly applies theoretical principles to solve practical professional problems of varying complexity and possesses the necessary skills and techniques.</p>

Points/Scale ECTS	Discipline assessment	Criteria for assessing learning outcomes in the discipline
		They are sufficiently well-versed in academic and professional literature. The student's grade for this course is determined based on the results of the current and midterm assessment. The competencies assigned to this course are developed at a "good" level.
67–50/ D,E	"satisfactory"/ "Passed (satisfactory)"/ "passed"	Awarded to students who have a basic knowledge of theoretical and practical material and make occasional errors in presenting it in class and during midterm assessments. The student experiences some difficulty applying theoretical principles to practical professional problems of standard difficulty but possesses the necessary basic skills and techniques. Demonstrates a sufficient level of knowledge of academic literature in the subject. The student's grade for the subject is determined based on the results of the current and midterm assessments. The competencies assigned to the subject are developed at the "sufficient" level.
49–0/ F,FX	"unsatisfactory"/ failed	A grade is awarded to a student who lacks a basic knowledge of theoretical and practical material and makes significant errors in presenting it in class and during midterm assessments. The student experiences significant difficulties in applying theoretical principles to practical professional problems of standard difficulty and does not possess the necessary skills and techniques. Demonstrates fragmentary knowledge of the course-related textbooks. The students' grades for this course is determined based on the results of the current and midterm assessments. The competencies assigned to the course at the "sufficient" level have not been developed.

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Контрольные точки проводятся в виде самостоятельного решения ситуационной задачи. Максимальный балл – 9, проходной балл – 5.

Промежуточная аттестация проводится в виде тестирования. Максимальный балл – 40, проходной балл – 26.

Пример задачи контрольной точки

Условие

Производственная компания производит и продает (оптом и в розницу) жидкую краску для технологических нужд.

Штатное расписание сотрудников:

- Ген. директор. Зарплата 200'000 рублей, отпуск 1 месяц.
- Бухгалтер. Зарплата 110'000 рублей, отпуск 1 месяц.
- Уборщица. Зарплата 50'000 рублей, отпуск 1 месяц.
- Администратор/продавец. Зарплата 70'000 рублей + 10 рублей с каждого проданного флакона. Отпуск 1 месяц.
- Менеджер по закупкам сырья / продажам B2B. Зарплата 100'000 рублей + 5 рублей с каждого проданного флакона, отпуск 1 месяц.
- Технолог/начальник производства. Зарплата 90 рублей за 1 флакон. Отпуск 1 месяц,

отпускные рассчитываются по среднему заработку за год (годовое производство/12).
Рассчитайте полную себестоимость 1 флакона (производственную + продажную), используя следующие данные:

- Аренда помещения: 1'500'000 рублей / год
- Амортизация оборудования: 360'000 рублей / год
- Отпускные выплачиваются в размере зарплаты
- Налоговые отчисления в задаче не учитываются
- График работы фирмы: будние дни с 9 до 18 (обед 1 час)
- Количество рабочих дней в году принимаем: 247 дней
- Затраты на сертификацию и прочие разрешительные документы в задаче не учитываются
- Стоимость сырья для производства 1 флакона: 75 рублей
- Стоимость материалов для производства 1 флакона: 25 рублей
- Полный цикл производства партии краски при непосредственном участии технолога: 4 часа
- Размер партии: 50 флаконов
- Среднегодовое производство составляет 45% от максимально возможного

Примеры вопросов итогового теста

1. Рассчитайте розничную цену единицы продукции при двухуровневом канале товародвижения, используя следующие данные: себестоимость единицы продукции 400 рублей. Прибыль производителя – 20%, прибыль оптовой фирмы – 20%, прибыль магазина 40%, НДС 20%.

- 967,68 Р
- 800,00 Р
- 996,24 Р

2. Что такое ценовая стратегия?

- Способ увеличения прибыли
- Метод привлечения клиентов
- План определения цен на товары и услуги

3. Какие факторы непосредственно влияют на ценообразование?

- Себестоимость, наличие конкурентов, спрос
- Цвет товара, маркетинг, упаковка
- Площадь офиса, количество сотрудников, затраты на рекламу

4. Покупательская способность денег это:

- Способность денежной единицы обмениваться на определенное количество товара
- Процесс обесценивания денег
- Способность государства влиять на регулирование денежной массы

5. Чем руководствуется покупатель при принятии решения о покупке?

- Решение о покупке основано на логике: более дешевый товар, длительный срок гарантии
- Решение о покупке основано на эмоциях: я очень хорошо выгляжу в этой куртке
- Решение о покупке основано на стадном чувстве: все покупают, значит и мне надо

6. Верхняя граница стоимости товара определяется:

- спросом
- суммой всех затрат
- желаемой прибылью

7. Какой себестоимости не бывает?

- рыночной
- производственной

- продажной
8. Государство устанавливает пределы цен на отдельные виды продукции для:
- стимулирования инновационной деятельности
 - максимизации прибыли предприятия
 - решения социальных вопросов
9. Затратный подход к ценообразованию основан на учете:
- постоянных затрат
 - переменных затрат
 - фактических затрат
10. Назовите недостаток затратного подхода к ценообразованию:
- игнорирование информации о поведении покупателей
 - игнорирование информации о поведении конкурентов
 - зависимость от государственного регулирования
 - правильного ответа нет

5.3. Assessment Tools (Materials) for Ongoing Progress Monitoring and Midterm Assessment of Students in the Subject

Checkpoints are conducted in the form of independent problem-solving. The maximum score is 9, the passing score is 5.

Midterm assessment is conducted in the form of a test. The maximum score is 40, the passing score is 26.

Example of a Checkpoint Problem

Problem

A manufacturing company produces and sells (wholesale and retail) liquid paint for industrial purposes.

Staffing Schedule:

- General Director. Salary: 200,000 rubles, 1 months' vacation.
- Accountant. Salary: 110,000 rubles, 1 months' vacation.
- Cleaner. Salary: 50,000 rubles, 1 months' vacation.
- Administrator/Salesclerk. Salary: 70,000 rubles + 10 rubles per bottle sold. 1 months' vacation.
- Raw Materials Purchasing/B2B Sales Manager. Salary: 100,000 rubles + 5 rubles per bottle sold, 1 months' vacation.
- Technologist/Production Manager. Salary: 90 rubles per bottle. 1 months' vacation. Vacation pay is calculated based on average annual earnings (annual production/12).

Calculate the total cost of 1 bottle (production + sales) using the following data:

- Rent of premises: 1,500,000 rubles / year
- Equipment depreciation: 360,000 rubles / year
- Vacation pay is paid at the salary level
- Tax deductions are not included in the problem
- Company working hours: weekdays from 9 a.m. to 6 p.m. (1 hour lunch break)
- The number of working days per year is assumed to be 247 days
- Costs for certification and other permits are not included in the problem
- Cost of raw materials to produce 1 bottle: 75 rubles
- Cost of materials to produce 1 bottle: 25 rubles
- Full production cycle of a batch of paint with the direct participation of a technologist: 4 hours
- Batch size: 50 bottles
- Average annual production is 45% of the maximum possible

Example final test questions

1. Calculate the retail price per unit of output at A two-tier distribution channel, using the following data:

unit cost of production is 400 rubles. Manufacturers' profit is 20%, wholesaler's profit is 20%, store profit is 40%, and VAT is 20%.

- 967.68 P
- 800.00 P
- 996.24 P

2. What is a pricing strategy?

- A way to increase profits
- A method for attracting customers
- A plan for setting prices for goods and services

3. What factors directly influence pricing?

- Cost, presence of competitors, demand
- Product color, marketing, packaging
- Office space, number of employees, advertising costs

4. The purchasing power of money is:

- The ability of a monetary unit to be exchanged for a certain amount of goods
- The process of depreciation of money
- The ability of the government to influence the regulation of the money supply

5. What guides a buyer when making a purchase decision?

- A purchasing decision is based on logic: a cheaper product, a longer warranty
- A purchasing decision is based on emotion: I look good in this jacket
- A purchasing decision is based on her mentality: everyone is buying it, so I should too

6. The upper limit of a product's price is determined by:

- Demand
- The sum of all costs
- Desired profit

7. What is the absolute cost price?

- Market
- Production
- Sales

8. The state sets price limits on certain types of products to:

- Stimulate innovation
- Maximize enterprise profits
- Address social issues

9. The cost-based approach to pricing is based on the consideration of:

- Fixed costs
- Variable costs
- Actual costs

10. Name a disadvantage of the cost-based approach to pricing:

- Ignoring information about consumer behavior
- Ignoring information about competitor behavior
- Dependence on government regulation
- No correct answer.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Литература основная

1. Магомедов, М. Д. Ценообразование : учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, И. И. Чайкина. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва : Дашков и К, 2023. - 246 с. - ISBN 978-5-394-05463-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2085561>
2. Современные тенденции маркетинга в отраслях и сферах деятельности : монография / А. Л. Абаев, М. В. Болдырев, Е. Е. Кузьмина [и др.] ; под ред. д.э.н., доц. А. Л. Абаева, д.э.н., проф. Е. Е. Кузьминой. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2024. - 242 с. - ISBN 978-5-394-06010-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161334>
3. Секерин, В. Д. Развитие маркетинговых инструментов управления эффективностью предприятий в условиях цифровизации экономики : монография / В. Д. Секерин, А. А. Ефремов, А. Е. Горохова. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Научный консультант, 2024. - 136 с. - ISBN 978-5-907477-88-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136930>
4. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг : учебник / В.Д. Секерин. — Москва : ИНФРА-М, 2024. — 237 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-018932-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1904861>

Литература дополнительная

1. Рекламная деятельность : учебник / В.Д. Секерин, М.А. Измайлова, Э.Ю. Матвеев [и др.] ; под ред. В.Д. Секерина. — Москва : ИНФРА-М, 2025. — 282 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. — (Среднее профессиональное образование). - ISBN 978-5-16-020314-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169303>
2. Таможенное право. Часть 1 : учебное пособие / Е. С. Недосекова, А. Н. Васина, М. В. Фирсова, С. А. Михайлова ; под общ. ред. канд. юрид. наук, доцента Е. С. Недосековой. - Москва : РИО Российской таможенной академии, 2023. - 153 с. - ISBN 978-5-9590-1291-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2202693>
3. Таможенное право. Часть 2 : учебное пособие / Е. С. Недосекова, А. Н. Клейменова, С. А. Агамагомедова, Ю. Р. Латыпова ; под общ. ред. канд. юрид. наук, доцента Е. С. Недосековой. - Москва : РИО Российской таможенной академии, 2024. - 317 с. - ISBN 978-5-9590-1332-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2202694>
4. Управление инновационной деятельностью в организации : учебное пособие / А.Л. Лебедев [и др.]. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Научный консультант, 2024. - 272 с. - ISBN 978-5-6040243-7-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1024137>

6. Educational, methodological, and informational support for discipline

6.1. List of sources and literature

Primary literature

1. Magomedov, M. D. Pricing: a textbook / M. D. Magomedov, E. Yu. Kulomzina, I. I. Chaikina. - 7th ed., revised and enlarged. - Moscow: Dashkov i K, 2023. - 246 p. - ISBN 978-5-394-05463-1. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2085561>
2. Modern marketing trends in industries and spheres of activity: a monograph / A. L. Abaev, M. V. Boldyrev, E. E. Kuzmina [et al.]; edited by Doctor of Economics, Assoc. Prof. A. L. Abaeva, D.Sc. (Econ.), Prof. E. E. Kuzmina. - Moscow: Dashkov i K° Publishing and Trading Corporation, 2024. - 242 p. - ISBN 978-5-394-06010-6. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2161334>
3. Sekerin, V. D. Development of Marketing Instruments for Managing Enterprise Performance in the Context of Digitalization of the Economy: monograph / V. D. Sekerin, A. A. Efremov, A. E. Gorokhova. - 2nd ed., stereotype. - Moscow: Scientific Consultant, 2024. - 136 p. - ISBN 978-5-907477-88-9. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2136930>
4. Sekerin, V. D. Innovative Marketing: textbook / V.D. Sekerin. - Moscow: INFRA-M, 2024. - 237 p. - (Higher education: Bachelor's degree). - ISBN 978-5-16-018932-1. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1904861>

Additional Literature

1. Advertising Activity: textbook / V.D. Sekerin, M.A. Izmailova, E.Yu. Matveev [et al.]; edited by V.D. Sekerin. - Moscow: INFRA-M, 2025. - 282 p. + Additional materials [Electronic resource]. - (Secondary vocational education). - ISBN 978-5-16-020314-0. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2169303>
2. Customs Law. Part 1 : study guide / E. S. Nedosekova, A. N. Vasina, M. V. Firsova, S. A. Mikhailova; under the general editorship of Cand. Sci. (Law), Associate Professor E. S. Nedosekova. - Moscow : RIO Russian Customs Academy, 2023. - 153 p. - ISBN 978-5-9590-1291-5. - Text : electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2202693>
3. Customs Law. Part 2: a tutorial / E. S. Nedosekova, A. N. Kleymenova, S. A. Agamagomedova, Yu. R. Latypova; edited by Cand. of Law, Associate Professor E. S. Nedosekova. - Moscow: RIO Russian Customs Academy, 2024. - 317 p. - ISBN 978-5-9590-1332-5. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/2202694>
4. Managing innovation activities in an organization: a tutorial / A. L. Lebedev [et al.]. - 2nd ed., stereotype. - Moscow: Scientific Consultant, 2024. - 272 p. - ISBN 978-5-6040243-7-9. - Text: electronic. - URL: <https://znanium.ru/catalog/product/1024137>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет, необходимый для изучения дисциплины

- Электронно-библиотечная система Znanium <https://znanium.ru/>
- Официальный интернет-портал правовой информации <http://pravo.gov.ru/>
- Государственный информационный ресурс бухгалтерской (финансовой) отчетности <https://bo.nalog.gov.ru/>
- TKS.RU – все о таможене. Таможня для всех – российский таможенный портал <https://www.tks.ru/>

6.2. List of Internet resources required for studying the course

- Znanium Electronic Library System <https://znanium.ru/>
- Official Internet Portal of Legal Information <http://pravo.gov.ru/>
- State Information Resource for Accounting (Financial) Reporting <https://bo.nalog.gov.ru/>
- TKS.RU – All About Customs. Customs for Everyone – Russian Customs Portal <https://www.tks.ru/>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

- Windows
- Microsoft Office
- Kaspersky Endpoint Security

7. Material and Technical Support for the Course

The course is supported by the educational institution's material and technical resources: classrooms equipped with a computer and a projector for demonstrating educational materials.

Software included:

- Windows
- Microsoft Office
- Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла;
- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

8. Providing an educational process for individuals with disabilities

The following additional teaching methods, ongoing progress monitoring, and midterm assessment of students are used during the course, depending on their individual needs:

- For the blind and visually impaired: lectures are presented as electronic documents accessible via a computer with specialized software; written assignments are completed on a computer with specialized software or can be replaced by oral responses; individual uniform lighting of at least 300 lux is provided; a magnifying device is provided if necessary for completing the assignment; the use of personal magnifying devices is also possible; written assignments are written in large print; the exam and test are conducted orally or in writing on a computer.
 - For the deaf and hard of hearing: lectures are presented as electronic documents, or sound amplification equipment is provided for individual use; written assignments are completed on a computer in written form; the exam and test are conducted in written form on a computer; testing may be carried out.
 - For individuals with musculoskeletal disabilities: lectures are presented as electronic documents accessible via a computer with specialized software; written assignments are completed on a computer with specialized software; exams and tests are conducted orally or in written form on a computer.
- If necessary, additional time is provided for preparing responses.

The procedure for conducting midterm assessments for students is established considering their individual psychophysical characteristics. Midterm assessments may be conducted in several stages.

The assessment of learning outcomes requires the use of technical means necessary for the individual characteristics of students. These means may be provided by the university, or the university may use its own technical means.

The assessment of learning outcomes may be conducted using distance learning technologies.

Access to information and bibliographic resources on the Internet is provided to each student in forms adapted to their disabilities and perception of information:

- for the blind and visually impaired: in printed form in large print, as an electronic document, as an audio file;
 - for the deaf and hard of hearing: in printed form, as an electronic document;
 - for students with musculoskeletal disorders: in printed form, as an electronic document, as an audio file.
- Classrooms for all types of contact and independent work, the scientific library, and other study areas are equipped with special equipment and study stations with technical aids:
- for the blind and visually impaired: a SARA CE scanning and reading device with a camera; a PAC Mate 20 Braille display; an EmBraille ViewPlus Braille printer;
 - for the deaf and hard of hearing: an automated workstation for the hearing-impaired and hard of hearing; An acoustic amplifier and speakers;
 - For students with musculoskeletal disabilities: mobile, adjustable ergonomic desks SI-1; computer equipment with specialized software.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Целью семинарских занятий является закрепление полученных на лекциях теоретических знаний и формирование профессиональных навыков, как по выполнению индивидуальных практических заданий, так и работе в отдельной рабочей группе.

Семинар № 1. Стратегия ценообразования.

Групповой практический разбор кейсов, решение задач.

Семинар №2. Закон спроса и предложения.

Решение задач.

Семинар № 3. Налоги в системе ценообразования.

Решение задач.

Семинар № 4. Постоянные и переменные издержки в ценообразовании.

Решение задач.

Семинар № 5. Постоянные и переменные издержки в ценообразовании.

Контрольная точка №1. Расчет себестоимости продукции.

Семинар № 6. Таможенное регулирование цен.
Решение задач.

Семинар № 7. Ценообразование на маркетплейсах.
Решение задач.

Семинар № 8. Программы лояльности в системе ценообразования.
Решение задач.

Семинар № 9. Программы лояльности в системе ценообразования.
Контрольная точка №2. Расчет программы лояльности.

Семинар № 10. Влияние денежно-кредитной политики на ценообразование.
Решение задач.

Семинар № 11. Оценка эффективности ценовой политики
Решение задач.

9. Methodological Materials

9.1. Seminar Lesson Plans

The purpose of the seminars is to consolidate the theoretical knowledge gained in lectures and develop professional skills, both in completing individual practical assignments and working in a separate work group.

Seminar № 1. Pricing Strategy.
Group practical case analysis, problem solving.

Seminar № 2. The Law of Supply and Demand.
Problem solving.

Seminar № 3. Taxes in the Pricing System.
Problem solving.

Seminar № 4. Fixed and Variable Costs in Pricing.
Problem solving.

Seminar № 5. Fixed and Variable Costs in Pricing.
Checkpoint № 1. Calculating Product Costs.

Seminar № 6. Customs Price Regulation.
Problem Solving.

Seminar № 7. Pricing on Marketplaces.
Problem Solving.

Seminar № 8. Loyalty Programs in the Pricing System.
Problem Solving.

Seminar № 9. Loyalty Programs in the Pricing System.
Checkpoint № 2. Loyalty Program Calculation.

Seminar № 10. The Impact of Monetary Policy on Pricing.
Problem Solving.

Seminar № 11. Evaluating the Effectiveness of Pricing Policy
Problem Solving.