

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

«Управление рисками и страхование»

Дисциплина «Управление рисками и страхование» является частью программы магистратуры «Экономика фирмы» по направлению «38.04.01 Экономика».

Цели и задачи дисциплины

Цель дисциплины – формирование у обучающихся системы теоретических знаний и практических навыков по выбору и осуществлению ценовой политики организации (предприятия) и управления ценовыми рисками.

Изучаемые объекты дисциплины

- изучение основных теоретических положений в области ценообразования и управления ценовыми рисками;
- изучение ключевых методов назначения цены для реализации стратегических приоритетов и направлений развития фирмы;
- формирование навыков применения методов и инструментов разработки ценовой политики предприятия;
- формирование навыков обоснования стратегических приоритетов в области ценообразования и управления ценовыми рисками;
- формирования умений осуществлять отбор и применять методы и инструменты ценообразования и управления ценовыми рисками.

Объем и виды учебной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		3
1. Проведение учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) в форме:	54	54
1.1. Контактная аудиторная работа, из них:		
- лекции (Л)	14	14
- лабораторные работы (ЛР)		
- практические занятия, семинары и (или) другие виды занятий семинарского типа (ПЗ)	36	36
- контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
- контрольная работа		
1.2. Самостоятельная работа студентов (СРС)	54	54
2. Промежуточная аттестация		
Экзамен		
Дифференцированный зачет		
Зачет	9	9
Курсовой проект (КП)		
Курсовая работа (КР)		
Общая трудоемкость дисциплины	108	108

Краткое содержание дисциплины

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
3-й семестр				
Методы и инструменты разработки ценовой политики предприятия	7	0	18	27
Тема 5. Разработка ценовой политики с учетом ценовой эластичности спроса Определение спроса и ценовой эластичности. Методы определения спроса и оптимальной рыночной цены. Тема 6. Отраслевая конкуренция. Динамические подходы к ценовой политике Структура отраслевых рынков. Формы конкуренции. Особенности функции цена-сбыт. Формы зависимости объема сбыта от изменения цены. Эволюция рынков. Ценовая политика на разных фазах жизненного цикла товаров и рынков. Тема 7. Базовые ценовые стратегии. Дифференцированный подход к ценовой стратегии. Выбор стратегической цели ценовой политики. Виды ценовых стратегий. Демпинг и ценовые войны. Дифференциация цен. Ценовая дискриминация. Тема 8. Система методов ценообразования и оперативная ценовая политика. Проблема выбора метода расчета цены. Затратные методы ценообразования. Параметрические методы ценообразования. Методы использования потребительской оценки для обоснования рыночных цен. Методы установления тендерной цены. Факторы оперативных ценовых изменений. Приспособление цен к конъюнктурным колебаниям. Конкурентные ценовые реакции. Оперативные изменения цен через систему скидок.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
Основы построения ценовой политики предприятия	7	0	18	27
Тема 1. Управление ценовой политикой: содержание и организация процесса в компании Содержание ценовой политики. Стратегическое планирование и ценовая политика компании, модели принятия стратегических решений (Матрица Ансоффа, Матрица Портера, Портфельный анализ). Стратегический анализ конкуренции. Основы управления ценовой политикой компании. Структурирование процессов и управление процессами. Виды и структура цен (акциз, НДС, торговая надбавка). Тема 2. Система факторов, определяющих ценовую политику компании Ценовая политика: современные тенденции (растущее значение ценовой политики, вертикальная конкуренция, ориентация на клиентов, усиление конкурентной ориентации цен, интернационализация рынков, профессионализация, электронные рынки). Системный подход к факторам ценовой политики (внешние и внутренние факторы). Анализ рыночных цен, в т.ч. мониторинг. Цена и бренд (рыночные ниши, ценовое позиционирование). Тема 3. Ценовая чувствительность и верхний предел цены Цена и полезность. Проблема ценовой чувствительности и верхнего предела цены. Цена и эффективность потребления. Теории потребительского поведения и управление ценовой политикой (потребительское ощущение цен, потребительский интерес к ценам, восприятие цены, установки и намерения потребителей). Тема 4. Внутренние факторы ценовой политики. Проблема нижнего предела цены. Цена и себестоимость Методы учета затрат. Определение издержек производства (издержки производства в краткосрочном и долгосрочном периоде, группировка и анализ производственных затрат по экономическим элементам и калькуляционным статьям). Различные функции издержек и прибыли, используемые при разработке ценовой политики. Нижний предел цены и налоги.				

Наименование разделов дисциплины с кратким содержанием	Объем аудиторных занятий по видам в часах			Объем внеаудиторных занятий по видам в часах
	Л	ЛР	ПЗ	СРС
ИТОГО по 3-му семестру	14	0	36	54
ИТОГО по дисциплине	14	0	36	54