

Ценовая политика в маркетинге

ФИО преподавателя: Герасименко Валентина Васильевна

Цель освоения дисциплины: Этот курс будет интересен тем, кто обучается в магистратуре маркетингу и управлению продажами, кому приходится иметь дело с ценами на продукцию и услуги своей компании, вести переговоры о ценах с поставщиками и потребителями, оценивать силу ценовой атаки конкурентов, тем, кто хочет познать скрытые мотивы потребительского восприятия, явный и тайный смысл понятия «ценовое позиционирование».

Место дисциплины в учебном плане: вариативная, триместр: четвертый.

Краткое содержание дисциплины: От стратегического планирования ценовой политики, учитывающего внешние, внутренние факторы и цели бизнеса, до грамотной проработки и практической реализации ценовой политики. Студенты смогут получить знания, которые позволят:

- обеспечить системный подход к процессу ценообразования с учетом изменяющихся фаз жизненного цикла товара и рынка, что особенно актуально в условиях внедрения инноваций, применения новых электронных технологий продаж и высокой динамичности различных отраслей российского рынка;
- выбрать эффективную ценовую стратегию, соответствующую стратегическим целям бизнеса и понять, какие методы ценообразования целесообразно применять в зависимости от рыночных условий и от целей, стоящих перед компанией в России и на зарубежных рынках;
- выстроить практическую схему ценового позиционирования бренда, разработать политику стимулирования продаж с учетом постоянно меняющейся экономической конъюнктуры.

Общая трудоёмкость дисциплины составляет: 3 зачетные единицы, 108 часов.

Язык преподавания: русский.

Итоговый контроль по дисциплине проводится в форме защиты проектов ценовой политики, разработанных в малых проектных группах студентов.