

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 15.05.2026 14:38:14  
Уникальный программный ключ:  
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Экономический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП) – разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **38.04.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **СОВРЕМЕННЫЙ МАРКЕТИНГ И УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» входит в программу магистратуры «Современный маркетинг и управление продажами» по направлению 38.04.02 «Менеджмент» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Очно-заочное и заочное отделение. Дисциплина состоит из 4 разделов и 10 тем и направлена на изучение всех основных аспектов назначения цен на товары и услуги.

Целью освоения дисциплины является изучение одного из составляющего комплекса маркетинга – инструмента «цена». В результате изучения раскрываются различные аспекты многогранного понятия цены и процесса ценообразования. В рамках курса рассматриваются методы назначения базовой цены предприятия, а также различные ценовые стратегии, которые зависят от рыночных условий, в которой работает фирма.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Ценообразование в маркетинге» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)

| Шифр  | Компетенция  | Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)   |
|-------|--|--|
| УК-1  | Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий  | УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие;<br>УК-1.2 Определяет и ранжирует информацию, требуемую для решения поставленной задачи;<br>УК-1.3 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;<br>УК-1.4 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;<br>УК-1.5 Анализирует пути решения проблем мировоззренческого, нравственного и личностного характера на основе использования основных философских идей и категорий в их историческом развитии и социально-культурном контексте; |
| ОПК-2 | Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач | ОПК-2.1 Владеет современными техниками и методиками сбора данных, методами поиска, обработки, анализа и оценки информации для решения управленческих задач;<br>ОПК-2.2 Проводит анализ и моделирование процессов управления с целью оптимизации деятельности организации;<br>ОПК-2.3 Использует современные цифровые системы и методы при решении управленческих и исследовательских задач;  |
| ПК-4  | Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках  | ПК-4.1 Знает составляющие системы товародвижения на рынке, их сущность, условия, особенности организации, функционирования и пути минимизации издержек на международных рынках;<br>ПК-4.3 Умеет управлять процессами поставки и товародвижения на отраслевых рынках международного уровня;<br>ПК-4.5 Знает основные каналы распределения и продвижения товаров в международном маркетинге;   |

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Ценообразование в маркетинге».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

| Шифр  | Наименование компетенции   | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики*  |
|-------|--|---|---|
| УК-1  | Способен осуществлять поиск, критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий  |   | Преддипломная практика; НИРМ; Управленческая экономика; Современные технологии продаж**;<br>Управление результативностью маркетинга; Глобальный стратегический менеджмент;                                      |
| ОПК-2 | Способен применять современные техники и методики сбора данных, продвинутые методы их обработки и анализа, в том числе использовать интеллектуальные информационно-аналитические системы, при решении управленческих и исследовательских задач |   | Преддипломная практика; НИРМ; Изучение потребителя и таргетинг в цифровой среде;  |
| ПК-4  | Способен к разработке, внедрению и усовершенствованию системы дистрибуции и сбытовой политики на международных рынках  |   | Преддипломная практика; НИРМ; Маркетинг розничной торговли**;<br>Маркетинг продукта**;<br>Товарные стратегии предприятия**;<br>Управление цепями дистрибуции; Категорийный маркетинг**;<br>Маркетинговый аудит; |

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Ценообразование в маркетинге» составляет «2» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

| Вид учебной работы                        | ВСЕГО, ак.ч. |    | Семестр(-ы) |
|---|--------------|----|-------------|
|   |              |    | 1           |
| Контактная работа, ак.ч                   | 28           |    | 28          |
| Лекции (ЛК)                               | 14           |    | 14          |
| Лабораторные работы (ЛР)                  | 0            |    | 0           |
| Практические/семинарские занятия (СЗ)     | 14           |    | 14          |
| Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч. | 17           |    | 17          |
| Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч. | 27           |    | 27          |
| Общая трудоемкость дисциплины ак.ч.       | ак.ч.        | 72 | 72          |
|   | зач.ед.      | 2  | 2           |

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы\*

| Номер раздела | Наименование раздела дисциплины                              | Наименование темы |  | Содержание темы  | Вид учебной работы* |
|---------------|--|-------------------|--|--|---------------------|
| Раздел 1      | Экономические принципы формирования базовой цены предприятия | 1.1               | Формирование затрат                            | Рассматриваются принципы определения объекта учета. Затраты и себестоимость. Виды издержек и их разнесение на объект учета.  | ЛК, СЗ              |
|               |  | 1.2               | Себестоимость, как начало определения цены     | Методы определения себестоимости: полное покрытие и метод прямых затрат (маржинальный метод). Области применения.  | ЛК, СЗ              |
|               |  | 1.3               | Прибыль и ее определение                       | Определение базовой цены. Принципы назначения прибыли: экономический, финансовый и рыночные подходы.   | ЛК, СЗ              |
| Раздел 2      | Рыночные аспекты ценообразования. Спрос                      | 2.1               | Назначение цены на основе спроса.              | Рассматриваются методы определения спроса. Определение эластичности. Эластичные и неэластичные рынки.  | ЛК, СЗ              |
|               |  | 2.2               | Психология ценообразования                     | Рассматриваются психологические аспекты ценообразования. Цена и ценность продукта. Рассматриваются: психология ценового барьера, психологические аспекты восприятия чисел, психологию сопоставления/ сравнения цен, психологию обычных или традиционных цен, психологию престижных цен.  | ЛК, СЗ              |
| Раздел 3      | Рыночные аспекты ценообразования. Конкуренция                | 3.1               | Назначение цены на основе цен конкурентов      | Метод анализа технического уровня изделий – конкурентов. Препарирование цены конкурента.   | ЛК, СЗ              |
|               |  | 3.2               | Методы назначения цен                          | Обратный порядок ценообразования: от цены конкурента. Анализ возможных реакций конкурентов. Ценообразование с учетом конкурентной реакции. Торги и тендеры, как метод ценообразования.   | ЛК, СЗ              |
| Раздел 4      | Стратегия ценообразования                                    | 4.1               | Цели ценообразования                           | Цели ценообразования. Цели по прибыли и цели по доле рынка. Регулирование объемов реализации. Баланс цен внутри ассортимента. Рыночная позиция предприятия и ее влияние на конечную цену фирмы.  | ЛК, СЗ              |
|               |  | 4.2               | Базовые стратегии ценообразования              | Стратегии, основанные на ценовом лидерстве. Стратегия проникновения на рынок (низких цен). Суть и условия для осуществления этой стратегии. Признаки стандартного товара. Формирование товарного предложения для товаров стандартного качества. Стратегия, основанная на дифференцированном преимуществе. Стратегия снятия сливок (высоких цен). Стратегии приспособления к рыночной цене (следование за лидером). | ЛК, СЗ              |
|               |  | 4.3               | Стратегия цен в рамках товарного ассортимента. | Выбор ассортиментных групп товара: по назначению, по совместному использованию, дополнительные товары и запчасти. Установление цены на отдельную продуктовую группу. Определение ценового различия внутри ассортимента. Установление цен на варианты изготовления  | ЛК, СЗ              |

\* - заполняется только по ОЧНОЙ форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – практические/семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| Тип аудитории              | Оснащение аудитории   | Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости) |
|----------------------------|---|--|
| Лекционная                 | Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.   |  |
| Семинарская                | Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций. |  |
| Для самостоятельной работы | Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.                                  |  |

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### Основная литература:

1. Ямпольская, Д. О. Ценообразование: учебник для вузов / Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 193 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11197-2. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/493277> (дата обращения: 22.05.2022)

2. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 420 с. — (Высшее образование).

### Дополнительная литература:

1. Завгородняя А.В. Маркетинговое планирование: Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / А.В. Завгородняя, Д.О. Ямпольская. - 2-е изд., перераб. и доп. - М. : Юрайт, 2022. - 340 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-06590-9 : 809.00.

2. Маркетинг-менеджмент: Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / И.В. Липсиц [и др.]; Под ред. И.В. Липсица, О.К. Ойнер. - М. : Юрайт, 2018. - 379 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс). - ISBN 978-5-534-01165-4

### Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров

- Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН <http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
- ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
- ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
- ЭБС «Троицкий мост»

2. Базы данных и поисковые системы

- электронный фонд правовой и нормативно-технической документации <http://docs.cntd.ru/>
- поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
- поисковая система Google <https://www.google.ru/>
- реферативная база данных SCOPUS <http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Ценообразование в маркетинге».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

**РАЗРАБОТЧИКИ**

Доцент кафедра маркетинга

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО**

Заведующий кафедрой

---

Должность

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП**

Зам. декана ОЗ и ЗО

---

Должность

Ямпольская Д.О.

---

Фамилия И.О

Лукина А.В.

---

Фамилия И.О

Черняев М.В.

---

Фамилия И.О