

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 26.05.2025 16:53:17  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**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:**

### **38.03.02 МЕНЕДЖМЕНТ**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

### **МАРКЕТИНГ**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2025 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» входит в программу бакалавриата «Маркетинг» по направлению 38.03.02 «Менеджмент» и изучается в 5 семестре 3 курса. Дисциплину реализует Кафедра маркетинга. Дисциплина состоит из 3 разделов и 13 тем и направлена на изучение

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 и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	УК-1.1 Осуществляет поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов; УК-1.2 Анализирует и контекстно обрабатывает информацию для решения поставленных задач с формированием собственных мнений и суждений; УК-1.3 Предлагает варианты решения задачи, анализирует возможные последствия их использования;
ПК-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-1.1 Знает и владеет мировыми практиками для планирования и проведения маркетинговых исследований; ПК-1.2 Владеет навыками получения маркетинговой информации с целью оценки рыночной конъюнктуры; ПК-1.3 Умеет проводить маркетинговые исследования конъюнктуры рынка с целью корректировки продуктовой концепции, цены, каналов распределения и инструментов продвижения; ПК-1.4 Знает основы оценки внешних и внутренних факторов, влияющих на деятельность компании; ПК-1.5 Анализирует информацию, полученную в результате маркетингового исследования, а также разрабатывает рекомендации для принятия эффективного управленческого решения;
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	ПК-2.1 Применяет современные подходы при разработке концепции продукта и формировании стратегии ценообразования, в том числе и на международных рынках; ПК-2.2 Использует современные подходы при разработке сбытовой политики компании и политики продвижения, в том числе и на международных рынках; ПК-2.3 Формирует и используют оптимальные каналы распределения, а также создает эффективную систему товародвижения; ПК-2.4 Умеет использовать современные техники и методы продаж, а также применяет современные подходы при оценке динамики продаж и их прогнозировании; ПК-2.5 Демонстрирует навыки в управлении бюджетом компании, в том числе рекламным бюджетом и бюджетом на

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
		продвижение; ПК-2.6 Умеет интегрировать различные инструменты продвижения в комплексе маркетинговых коммуникаций;

### 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений 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 и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Макроэкономика; Микроэкономика; <i>Математическая логика и теория алгоритмов**;</i> <i>Моделирование бизнес-процессов**;</i> <i>Персональный брендинг**;</i> Экономическая география; Маркетинг; <i>Методы оптимальных решений**;</i> Мировая экономика; <i>Основы научных исследований**;</i> Экономическая статистика; <i>Тайм-менеджмент**;</i> <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i> <i>Бизнес в Интернет**;</i> <i>Международные экономические организации**;</i> <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i> <i>Страховой бизнес**;</i> <i>Комплаенс документации**;</i> <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i> <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i> <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i> <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i> <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i> <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i> <i>Основы международных</i>	<i>Маркетинговое администрирование**;</i> <i>CRM системы и программы лояльности**;</i> <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i> Методы исследования рынка; <i>Контент-маркетинг**;</i> <i>Маркетинг услуг**;</i> <i>Категорийный маркетинг**;</i> Производственно-технологическая практика; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Эмоциональный интеллект**;</i>  <i>Цифровые технологии в управлении**;</i>  <i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i>  <i>Основы финансового прогнозирования**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i>  <i>Основы бизнес-аналитики**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i>  <i>Мировые финансовые центры**;</i>  Математика (Часть 1);  Математика (Часть 2);  <i>Управление талантами**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Нейромаркетинг**;</i>  <i>Брендинг территорий**;</i>  <i>Безопасность в цифровой среде**;</i>  <i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i>  <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i>  <i>Современные финансовые технологии**;</i>  <i>Креативная экономика в городах и регионах**;</i>  <i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i>  <i>Самокоучинг**;</i>  <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i>  <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i>  <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i>  Ознакомительная практика;</p>	
ПК-1	Способность к проведению маркетингового исследования с использованием инструментов комплекса маркетинга	Математическая логика и теория алгоритмов**; Моделирование бизнес-процессов**; Персональный брендинг**; Управление человеческими ресурсами; Экономическая география;	Маркетинговое администрирование**; Контент-маркетинг**; Производственно-технологическая практика; Преддипломная практика;

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Методы оптимальных решений**;</i>  <i>Основы научных исследований**;</i>            Правоведение;            Экономика предприятия;  <i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Психология личности и профессиональное самоопределение**;</i>  <i>Бизнес в Интернет**;</i>  <i>Международные экономические организации**;</i>  <i>Теория и практика международного бизнеса**;</i>  <i>Страховой бизнес**;</i>  <i>Комплаенс документации**;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Навыки и технологии публичных презентаций**;</i>  <i>Основы трейдинга на фондовом рынке**;</i>  <i>История финансовых потрясений в мировой экономике**;</i>  <i>Коммуникации в экономике и управлении**;</i>  <i>Тренинг: работа с международной статистикой**;</i>  <i>Основы международных стандартов учета и аудита**;</i>  <i>Бизнес-климат и регулирование иностранных инвестиций в РФ**;</i>  <i>Эмоциональный интеллект**;</i>  <i>Цифровые технологии в управлении**;</i>  <i>Основы налоговых правоотношений в учете**;</i>  <i>Основы финансового прогнозирования**;</i>  <i>Дизайн-мышление**;</i>  <i>Phygital-технологии в экономике**;</i>  <i>Цифровой банкинг**;</i>  <i>Малое предпринимательство в рыночной экономике**;</i>  <i>Основы бизнес-аналитики**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>"Мягкая сила" в мировой экономике**;</i>  <i>Мировые финансовые центры**;</i>  <i>Управление талантами**;</i>  <i>Креативность и инновации в бизнесе**;</i>  <i>Нейромаркетинг**;</i>  <i>Брендинг территорий**;</i>  <i>Безопасность в цифровой среде**;</i>            Python и SQL в экономике и управлении;</p>	

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
		<p><i>Визуализация пространственных данных в экономике**;</i>  <i>Технологический суверенитет в многополярном мире**;</i>  <i>Современные финансовые технологии**;</i>  <i>Креативная экономика в городах и регионах**;</i>  <i>Умный город: практика внедрения цифровых технологий**;</i>  <i>Самокоучинг**;</i>  <i>Девелопмент: городские и региональные инвестиционные проекты**;</i>  <i>Экономика и финансы устойчивого развития**;</i>  <i>Корпоративное мошенничество: как обезопасить бизнес**;</i></p>	
ПК-2	Способность к разработке и реализации маркетинговых программ с использованием инструментов комплекса маркетинга	<p><i>Тайм-менеджмент**;</i>  <i>Введение в цифровизацию учета бизнес-процессов**;</i>  <i>Продвинутый Excel**;</i>  <i>Основы предпринимательства**;</i>  <i>Визуализация данных с использованием инструментов искусственного интеллекта**;</i></p>	<p><i>Маркетинг в отраслях и сферах деятельности;</i>  <i>Маркетинговое администрирование**;</i>  <i>Маркетинговые коммуникации;</i>  <i>Управление продуктом;</i>  <i>Управление проектами;</i>  <i>Событийный маркетинг**;</i>  <i>Брендинг;</i>  <i>Позиционирование городов мира: поиск идентичности**;</i>  <i>VTL коммуникации**;</i>  <i>CRM системы и программы лояльности**;</i>  <i>Стратегии и технологии продаж на рынках товаров повседневного спроса**;</i>  <i>Маркетинговая логистика**;</i>  <i>Marketing logistics**;</i>  <i>Корпоративные связи с общественностью**;</i>  <i>B2B маркетинг;</i>  <i>Контент-маркетинг**;</i>  <i>Маркетинг услуг**;</i>  <i>ATL коммуникации**;</i>  <i>Категорийный маркетинг**;</i>  <i>"Зеленый" маркетинг**;</i>  <i>Производственно-технологическая практика;</i>  <i>Преддипломная практика;</i></p>

\* - 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 «3» зачетные единицы.

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

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			5
Контактная работа, ак.ч.	34		34
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	34		34
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	56		56
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Общая трудоемкость дисциплины «Ценообразование в маркетинге» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.2. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очно-заочной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			6
Контактная работа, ак.ч.	28		28
Лекции (ЛК)	0		0
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	28		28
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	71		71
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	9		9
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Экономические основы ценообразования	1.1	Факторы возникновения затрат и их распределение. Определение затрат. Денежная оценка ресурсов, принцип измерения различных видов ресурсов. Целевая установка и определение временного периода распределения.	СЗ
		1.2	Системы учета затрат на предприятиях производственно-го и непромышленного сектора	СЗ
		1.3	Управление затратами и формирование цены. Система целевых показателей затрат.	СЗ
Раздел 2	Тактика ценообразования	2.1	Метод ценообразования «затраты + прибыль». Базовая цена.	СЗ
		2.2	Установление цены на основе параметрического ряда изделий	СЗ
		2.3	Ценообразование на основе оценок общего спроса	СЗ
		2.4	Ценообразование на основе воспринимаемой ценности товара.	СЗ
		2.5	Ценообразование на основе анализа конкурентов.	СЗ
Раздел 3	Стратегия ценообразования	3.1	Цели ценообразования. Цели по прибыли и цели по доле рынка.	СЗ
		3.2	Базовые стратегии ценообразования. Стратегии, основанные на ценовом лидерстве	СЗ
		3.3	Стратегии ценовой и неценовой конкуренции	СЗ
		3.4	Стратегии изменения (гибких) цен.	СЗ
		3.5	Стратегия цен в рамках товарного ассортимента	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)
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.	Ауд. 107. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
		Microsoft Office 2021 LTSC
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.	Ауд. 107. Моноблок Lenovo AIO-510-22ISH Intel I5 2200 MHz/8 GB/1000 GB/DVD/audio, монитор 21" Мультимедиа проектор Casio XJ-S400UN Экран моторизованный Digis Electra MW DSEM – 1105 MS Windows 10 64bit Microsoft Office 2021 LTSC

\* - 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. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 231 с.
2. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. — 4-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 321 с

### Дополнительная литература:

1. Завгородняя, А. В. Маркетинговое планирование: учебник для вузов / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2025. — 340 с.
2. Котлер Ф., Бергер Р., Бикхофф Н. Стратегический менеджмент по Котлеру. Лучшие приемы и методы. — М.: Альпина Паблишер, 2022. – 144с

### 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 <https://mega.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 «Знаниум» <https://znanium.ru/>
2. Базы данных и поисковые системы
  - Sage <https://journals.sagepub.com/>
  - Springer Nature Link <https://link.springer.com/>
  - Wiley Journal Database <https://onlinelibrary.wiley.com/>
  - Научометрическая база данных Lens.org <https://www.lens.org>

### 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!**

**РАЗРАБОТЧИК:**

Доцент

*Должность, БУП*

*Подпись*

Ямпольская Диана

Олеговна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:**

Заведующий кафедрой

*Должность БУП*

*Подпись*

Лукина Анастасия

Владимировна

*Фамилия И.О.*

**РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:**

Доцент кафедры

*Должность, БУП*

*Подпись*

Зобов Александр

Михайлович

*Фамилия И.О.*