

«Ценообразование в маркетинге» (Аннотация)

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» направлена на формирование знаний о роли цены в комплексе маркетинга компании, закономерностях и факторах маркетингового ценообразования, аналитических аспектах ценообразования, в частности об оценке соответствия цены и качества, исследовании динамики и прогнозировании цен.

Учебная дисциплина в сочетании с другими дисциплинами призвана обеспечить формирование у будущих специалистов способности находить организационно-управленческие решения в области ценообразования и готовности нести за них ответственность, владеть методами количественного анализа и моделирования, участвовать в разработке маркетинговой стратегии ценообразования организаций, планировать и осуществлять мероприятия, направленные на ее реализацию, анализировать ценовое поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, знать экономические основы ценового поведения организаций, иметь представление о различных структурах рынков и способность проводить анализ конкурентной среды отрасли.

Успешное освоение дисциплины основано на компетенциях, сформированных при изучении дисциплин «Экономка фирмы», «Управленческий учет», «Маркетинг». Она логически связана с другими частями ОПОП подготовки бакалавра менеджмента, в частности с такими дисциплинами как «Продвижение брендов и бренд-менеджмент», «Планирование и прогнозирование в бизнесе».

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» относится к обязательной части профессионального цикла по направлениям подготовки «Менеджмент» (квалификация «бакалавр») и преподается в седьмом семестре.

Аннотация РПД «Финансовый учет»

Дисциплина «Финансовый учет» направлена на формирование представлений об основных понятиях и элементах метода бухгалтерского учета, знаний о новых подходах к организации бухгалтерского учета хозяйственных операций и процессов хозяйствующих субъектов различных организационно-правовых форм.

Учебная дисциплина в сочетании с другими дисциплинами призвана обеспечить формирование у будущих специалистов способности использовать нормативные правовые документы в своей деятельности, применять основные методы финансового менеджмента для стоимостной оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуре капитала, применять основные принципы и стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организации; способностью анализировать финансовую отчетность и принимать обоснованные инвестиционные, кредитные и финансовые решения.

Успешное освоение дисциплины основано на компетенциях, сформированных при изучении дисциплин «Экономика фирмы», «Маркетинг». Она логически связана с другими частями ОПОП подготовки бакалавра менеджмента, в частности с такими дисциплинами как «Управленческий учет», «Ценообразование в маркетинге», «Предпринимательство», «Планирование и прогнозирование в бизнесе».

«Финансовый учет» относится к дисциплинам по выбору для направления подготовки «Менеджмент» (квалификация «бакалавр») и преподается в шестом семестре.