

Образовательное учреждение профсоюзов
 высшего образования
 «Академия труда и социальных отношений»
 Курганский филиал

Кафедра экономики и управления
 (наименование)



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности

(наименование дисциплины)

Направление подготовки : 43.03.03 «Гостиничное дело»

Профиль: «Ресторанная деятельность»

Форма обучения: очная

Цикл дисциплин: Б1.В.ДВ.10.1

Трудоемкость дисциплины (з.е./ ч.) 2 / 72

Вид учебной работы	Часы	Семестр							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего), в том числе:	36							36	
Лекции	14							14	
Лабораторные работы									
Практические занятия: Из них: текущий контроль (тестирование, коллоквиум) (ТК)	22							22	
% интерактивных форм обучения от аудиторных занятий по дисциплине	25%							25%	
Самостоятельная работа студентов	36							36	
Курсовая работа: (КР)									
Курсовой проект: (КП)									
Контрольная работа									
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен):	Зачет							Зачет	
Общая трудоемкость дисциплины	72 / 2							72 / 2	

СВЕДЕНИЯ ОБ ИЗМЕНЕНИЯХ В РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ

Рабочая программа утверждена на 2015 / 2016 учебный год со следующими изменениями:

Программа переработана
в связи с приложением ФРОС ВО
43.03.03 "Восточное дело"

Протокол заседания кафедры № 6 от « 11 » февраля 2016г.
Заведующий кафедрой

Дудник АВ / Дудник

Рабочая программа утверждена на 2016 / 2017 учебный год со следующими изменениями:

Программа пересмотрена и утверждена на
2016-2017 уч. год в связи с изменением
списка рекомендуемой литературы

Протокол заседания кафедры № 1 от « 30 » августа 2016г.
Заведующий кафедрой

Дудник АВ / Дудник

Рабочая программа утверждена на 20__ / 20__ учебный год со следующими изменениями:


Протокол заседания кафедры № _____ от « _____ » _____ 20__ г.
Заведующий кафедрой

_____/_____/_____

Рабочая программа составлена:

- с учётом требований Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования к минимуму содержания и уровню подготовки выпускников по направлению 43.03.03. «Гостиничное дело»;
- на основании учебного плана подготовки бакалавров по данному направлению, профилю «Ресторанная деятельность»

Рабочую программу разработал:

/ Сножениа Ч.Б. /  /

Программа утверждена на заседании кафедры

Протокол №6 от «11» феврале 2016 г.

Заведующий кафедрой:

Ауджана А.В. Аман /

1. Цель освоения дисциплины

Цель изучения данной дисциплины – овладение студентами необходимыми профессиональными компетенциями, относящимися к формированию цен в современных рыночных условиях, в соответствии с требованиями, предъявляемыми ФГОС ВО к выпускникам по направлению подготовки «Гостиничное дело» (бакалавриат), профиль «Ресторанная деятельность».

Задачами курса являются:

- ознакомить студентов с основными закономерностями, принципами и базовыми концепциями формирования и управления цен в современных рыночных условиях;
- ознакомить студентов с эволюцией теоретических взглядов по вопросам формирования цен и ценовыми моделями, используемыми в зарубежной и российской экономической практике;
- раскрыть современный механизм формирования цены и важнейшие инструменты этого механизма;
- раскрыть возможности использования ценового инструментария для выработки оптимальной рыночной политики фирмы, выбора адекватных рыночным условиям и целям фирмы ценовых решений;
- рассмотреть основные характеристики цен на примере различных ценовых классификаций;
- обучить основным методам рыночного ценообразования с учетом особенностей их применения в Российской экономике;
- показать широкий спектр возможных ценовых стратегий и тактических приемов корректировки цен;
- обучить технике расчета различных видов цен;
- развить экономическое мышление и интуицию для ориентации в сложных ценовых ситуациях, для выработки самостоятельных эффективных ценовых решений.

2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата

Дисциплина «Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности» является одной из дисциплин вариативной части подготовки бакалавров по направлению «Гостиничное дело», профилю «Ресторанная деятельность».

Для успешного освоения данной дисциплины студенты должны овладеть знаниями дисциплин: «Экономическая теория», «Статистика», «Налоги и налогообложение», «Маркетинг», «Математические методы и модели в коммерческой деятельности». В свою очередь, изучение методов ценообразования и ценовой политики торговых организаций позволит глубже понять современные механизмы рыночной конкуренции, методы повышения конкурентоспособности организаций, принятия правильных управленческих решений.

3. Требования к результатам освоения дисциплины «Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности»

В результате освоения данной дисциплины каждый студент должен обладать следующими компетенциями:

а) профессиональными (ПК):

- готовностью к применению современных технологий для формирования и предоставления гостиничного продукта, соответствующего требованиям потребителей (ПК-1);

- готовностью к разработке и предоставлению гостиничного продукта, в том числе в соответствии с требованиями потребителя, на основе новейших информационных и коммуникационных технологий (ПК-2);

- владением навыками определения и анализа затрат гостиничного предприятия и других средств размещения (ПК-3);

- готовностью к сервисной деятельности в соответствии с этнокультурными, историческими и религиозными традициями; готовностью

к выявлению потребностей потребителя, формированию гостиничного продукта, клиентурных отношений (ПК-6);

- готовностью самостоятельно находить и использовать различные источники информации для осуществления проектной деятельности и формирования гостиничного продукта в соответствии с требованиями потребителя (ПК-13);

- готовностью к организации и выполнению проектов в гостиничной деятельности (ПК-14).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- сущность цены как экономической категории, состав, структуру и функции цены;

- систему ценообразующих факторов и их роль в практике ценообразования;

- методы государственного регулирования цен в России и за рубежом;

- сущность и цели ценовой политики предприятия;

- особенности ценообразования в зависимости от структуры рынка;

- методы ценообразования на предприятиях различных отраслей экономики;

- методику формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию;

- опыт зарубежных и отечественных фирм в области ценообразования.

Уметь:

- определять ценовую стратегию предприятия с учетом специфики его деятельности и структуры рынка;

- выбирать и практически применять методы расчета цен на продукцию предприятия в конкретных условиях;

- применять известные методы ценообразования;

- обосновать целесообразность применения известных стратегий и тактических приемов ценообразования;

- провести статистические и прогнозные исследования динамики цен.

Владеть:

- специальной терминологией настоящей учебной дисциплины;

- математическим аппаратом, необходимым для расчета цен различными способами;

- инструментарием статистики цен;

- компьютерными методами сбора, хранения и обработки информации, применяемыми в сфере его профессиональной деятельности.

4 Образовательные результаты освоения дисциплины, соответствующие определенным компетенциям

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1. ПК - Профессиональные компетенции

Индекс компетенции (ПК)	Образовательный результат (указывается формируемые образовательные результаты в рамках соответствующих компетенций)
ПК-1	<p><i>Знать:</i></p> <p>- экономические показатели деятельности хозяйствующих субъектов.</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- осуществлять сбор и анализ данных для расчетов показателей в области ценообразования (для расчета цен, установления цен на различных типах рынка, установления тендерной цены, цены на товары-новинки и т.д.);</p> <p><i>Владеть:</i></p> <p>- навыками сбора и обобщения информации;</p> <p>- приемами ведения дискуссий и результативной работы в группе.</p>
ПК-2	<p><i>Знать:</i></p> <p>- методы расчета цен (с помощью баллов и на основе оценок экспертов; метод парных сравнений, трансфертное ценообразование и т.д.).</p> <p><i>Уметь:</i></p> <p>- с помощью встроенных функций и настройки «Пакет анализа» пакета Excel выполнять решение ситуационных задач по ценообразованию в гостиничной и ресторанной деятельности;</p> <p>- использовать для решения задач современные информационные технологии.</p> <p><i>Владеть:</i></p>

	<ul style="list-style-type: none"> - современными техническими средствами и информационными технологиями.
ПК - 3	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные экономические показатели операционного анализа хозяйствующего субъекта (маржинальная прибыль; чистая прибыль; точка безубыточности; запас/недостаток финансовой прочности; эффект операционного рычага). <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - проводить анализ конъюнктуры рынка (определение емкости рынка, спроса); - проводить расчет целевой прибыли в составе цены; - проводить анализ цен конкурентов; - проводить расчет начальной (исходной) цены; - анализировать влияние структуры затрат и выручки на рентабельность продукции; - анализировать анализировать показатели операционного анализа; - применять метод калькулирования себестоимости продукции. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе; - навыками представления результатов своего анализа в устных выступлениях; - навыками представления результатов своего анализа в виде эссе.
ПК - 6	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - опыт зарубежных и отечественных фирм в области ценообразования. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - использовать опыт зарубежных и отечественных фирм в области ценообразования в гостиничной и ресторанной деятельности. - выявлять своевременно тенденции изменения социально-экономических показателей в области ценообразования гостиничной и ресторанной деятельности. <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками самостоятельной аналитической работы; - методами ведения дискуссий и результативной работы в группе.
ПК - 13	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - важнейшие факторы, предопределяющие уровень и динамику цен; - механизм формирования цен и основные методы ценообразования; - ценовые стратегии фирмы. <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - находить и анализировать исходную информацию для определения и анализа цен; - рассчитать цену на конкретный продукт, используя различные методы ценообразования; - оценивать экономическую эффективность решений в области ценообразования.

	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - инструментами сбора, оценки и анализа исходной информацией для принятия ценовых решений; - инструментами и методами обоснования и тестирования ценовых решений.
ПК - 14	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормативно-правовые акты по общим вопросам ценообразования, при выполнении проектов в гостиничной деятельности - статьи Гражданского кодекса РФ, Налогового кодекса РФ, положения Федеральных законов РФ; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять нормативно-правовые акты в области ценообразования, при выполнении проектов в гостиничной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - информацией об изменении законодательства в области ценообразования.

5 Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины и формируемых в них профессиональных и общекультурных компетенций

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Коли - чество часов	Компетенции						общее количество компетен- ций
			профессиональные						
			ПК-1	ПК-2	ПК-3	ПК-6	ПК-13	ПК-14	
Р 1	Теория ценообразования	38	+	+	+	+	+	+	1,1
Р 2	Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	34	+	+	+	+	+	+	0,9
	Итого:	72	0,34	0,34	0,33	0,33	0,33	0,33	2

6 Тематическое планирование

6.1 Распределение учебных занятий по разделам

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Количество часов по видам учебных занятий		
		лекции	практические занятия	самостоятельная работа
Р 1	Теория ценообразования	10	18	28
Р 1.1	Введение в курс «Ценообразование в	0,5	1	4

	гостиничной и ресторанной деятельности»			
Р 1.2	Роль цены в условиях рынка	1,5	1	4
Р 1.3	Состав и структура цены	2	4	4
Р 1.4	Методология ценообразования на предприятии в условиях рыночной экономики	2	4	4
Р 1.5	Ценовая политика и стратегия предприятия	2	4	4
Р 1.6	Полезность товара как фактор формирования цены	1	2	4
Р 1.7	Государственное регулирование цен	1	2	4
Р 2	Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	4	4	8
Р 2.1	Ценообразование в гостиничной деятельности	2	2	4
Р 2.2	Ценообразование в ресторанной деятельности	2	2	4
	Итого:	14	22	36

6.2 Содержание лекционных занятий

Раздел 1. Теория ценообразования

Раздел 1. Тема 1. Введение в курс «Ценообразование»

Цель данной дисциплины в учебном процессе. Понятие и сущность цены в рыночной экономике. Место цены в системе стоимостных экономических категорий. Цены как активный инструмент формирования структуры производства. Связь данного курса с другими дисциплинами.

Раздел 1. Тема 2. Роль цены в условиях рынка

Система цен в экономике. Функции цен. Виды цен и их классификация. Скидки с цены. Необходимые условия рыночного ценообразования. Виды (сферы) рыночного ценообразования.

Раздел 1. Тема 3. Состав и структура цены

Состав и структура цены. Себестоимость и прибыль в составе цены. Надбавки (скидки) посредников в цене товара. Прямые и косвенные налоги в составе цены.

Раздел 1. Тема 4. Методология ценообразования на предприятии в условиях рыночной экономики

Понятие методология ценообразования. Принципы ценообразования. Методы ценообразования (группы). Затратные методы ценообразования. Рыночные методы ценообразования. Параметрические методы ценообразования. Общая схема расчета цены.

Раздел 1. Тема 5. Ценовая политика и стратегия предприятия

Цели ценовой политики. Политика цен жизненного цикла товара, виды цен по периодам жизненного цикла товара. Основные стратегии ценообразования. Этапы разработки ценовой стратегии.

Раздел 1. Тема 6. Полезность товара как фактор формирования цены

Полезность товара как основа его оценки покупателями. Процедура определения экономической ценности товара. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен: эффект представлений о наличии заменяющих товаров, уникальность, затраты на переключение, затрудненность сравнений, оценка качества через цену, дороговизна товара, значимость конечного результата, возможность разделения затрат, мера «справедливости» цены, эффект создания запасов.

Раздел 1. Тема 7. Государственное регулирование цен

Цели и задачи государственного регулирования цен. Формы и методы воздействия государства на цены. Регулирование цен в зарубежных странах. Роль государства при циклическом ценообразовании.

Раздел 2. Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности

Раздел 2. Тема 1. Ценообразование в гостиничной деятельности

Процесс ценообразования и механизмы его осуществления. Связь цен с различными экономическими показателями. Структура затрат в гостиничном деле. Ценовая динамика в гостиничном бизнесе. Методы ценообразования на гостиничном рынке: метод Хабберта. Метод высоких и низких цен, метод суммарного дохода, метод тарифных планов.

Раздел 2. Тема 2. Ценообразование в ресторанной деятельности

Подходы при установлении цен в меню. Особенности методов ценообразования: Фактическое ценообразование «все издержки плюс прибыль», метод Техасской ассоциации ресторанов, метод базовой цены. Методы указания цен в меню. Рекомендации по составлению ассортимента, оформлению меню и ценообразованию. Подходы к проблеме повышения цен. Цены в ресторанном меню. Оценка совокупной эффективности меню: средняя сумма чека, диапазон цен, подсчет очков.

6.3 Содержание практических занятий

Раздел 1. Теория ценообразования

Раздел 1. Тема 4. Методология ценообразования на предприятии в условиях рыночной экономики

Форма занятия: круглый стол, решение задач.

План занятия:

1. Методология ценообразования.
2. Затратные методы ценообразования.
3. Рыночные методы ценообразования.
4. Параметрические методы ценообразования.

Раздел 1. Тема 5. Ценовая политика и стратегия предприятия

Форма занятия: работа студентов в группе

Группа студентов делится на 4-5 рабочие группы.

1. Каждой группе дается задание определить организационно-правовую форму предприятия и вид продукции производимой предприятием, для которого необходимо разработать:

- цели ценовой политики предприятия;
- виды стратегий ценообразования предприятия, используемые при установлении цен на товар (услугу);
- стратегии ценообразования, используемые на каждой стадии жизненного цикла товара (услуги).

Раздел 2. Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности

Раздел 2. Тема 1. Ценообразование в гостиничной деятельности

Решение комплексной задачи: «Установление цены на номер в гостинице при помощи метода Хабберта, метода высоких и низких цен, метода суммарного дохода, метода тарифных планов.

Раздел 2. Тема 1. Ценообразование в ресторанной деятельности

Решение задач: «Установление отпускной цены блюда, с применением методов ценообразования: фактическое ценообразование «все издержки плюс прибыль», метод Техасской ассоциации ресторанов, метод базовой цены.

6.4 Содержание самостоятельной работы студентов

Шифр СРС	Виды самостоятельной работы студентов (СРС)	Наименование и содержание	Трудоемкость, часы	Виды контроля СРС
C1	Углубленное изучение разделов, тем дисциплины лекционного курса	C1.P1 Теория ценообразования C1.P2 Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	7	- тестирование; - рефераты; - эссе; - выступления в ходе семинарских занятий.
C2	Изучение разделов, тем дисциплины не вошедших в лекционный курс	C1.P1 Теория ценообразования C1.P2 Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	7	- поиск, сбор, анализ и презентация информации; - рефераты; - эссе; - выступления в ходе семинарских занятий.
C3	Подготовка к аудиторным занятиям (практические занятия, текущий и рубежный контроль)	C1.P1 Теория ценообразования C1.P2 Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	7	- проверочное тестирование; - выступления в ходе семинарских занятий; - выполнение практических заданий; - выполнение контрольных точек; - рефераты.
C4	Подготовка к промежуточной аттестации по дисциплине (зачет)	C1.P1 Теория ценообразования C1.P2 Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	7	- промежуточное тестирование; - подготовка к зачету.
C5	Прочие виды СРС	C1.P1 Теория ценообразования	8	- исследовательская работа и участие в научных студенческих конференциях,

	С1.Р2 Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	семинарах; - анализ научных публикаций по заранее определенной преподавателем теме.
Итого:		36/1

7 Фонд оценочных и контрольных средств

7.1 Оценочные средства

7.1.1 Критерии оценочных средств

Завершающим этапом изучения дисциплины «Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности» является зачет.

Критериями успешной сдачи зачета по дисциплине являются:

- усвоение теоретического материала;
- активное участие в практических занятиях;
- выполнение всех заданий в рамках самостоятельной работы студента.

Целью итогового контроля знаний является комплексная оценка качества усвоения студентами теоретических знаний, уровня сформированности умений и навыков при освоении программы дисциплины за семестр. По окончании изучения курса студенты обязаны сдать зачет в строгом соответствии с учебным планом, а также утвержденной программой. Сроки проведения итогового контроля устанавливаются графиком учебного процесса.

Итоговый контроль проводится в объеме программы учебной дисциплины в устной (письменной) форме. При этом преподавателю на зачете предоставляется право задавать студенту по программе курса дополнительные вопросы.

Критерии оценки итоговых знаний студента складываются из следующих показателей:

- деловой активности студента в процессе работы на лекциях и семинарских занятиях;
- соблюдением дисциплины студентов в течение учебного семестра;
- качества работы во время изучения дисциплины;

- качества и полноты ответов на зачете.

Критерии оценки знаний студентов на зачете:

1. Оценка «зачтено» выставляется студенту, который дал полный развернутый ответ на поставленный вопрос, показал умение выделить существенные и несущественные признаки, причинно-следственные связи. Ответ четко структурирован, логичен, изложен в терминах науки. Однако допущены незначительные ошибки или недочеты, исправленные студентом с помощью «наводящих» вопросов преподавателя.

2. Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который дал не полный ответ, представляющий собой разрозненные знания по теме вопроса с существенными ошибками в определениях. Присутствуют фрагментарность, нелогичность изложения. Студент не осознает связь данного понятия, теории, явления с другими объектами дисциплины. Отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения. Речь неграмотная. Дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента не только на поставленный вопрос, но и на другие вопросы дисциплины.

7.1.2 Темы рефератов/ докладов:

1. Основные теоретические концепции цены.
2. Виды и функции цен.
3. Регулирование цен в России.
4. Регулирование цен в зарубежных странах.
5. Ценообразование и структура рынка.
6. Ценовая политика предприятия.
7. Ценовые стратегии предприятия.
8. Методы ценообразования.
9. Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии.
10. Подходы к проблеме повышения цен. Цены в ресторанном меню.
11. Цены на продукцию производственно-технического назначения.

12. Рекомендации по составлению ассортимента, оформлению меню и ценообразованию.
13. Оценка совокупной эффективности меню: средняя сумма чека, диапазон цен, подсчет очков.
14. Ценообразование на рынке страховых услуг.
15. Ценообразование в общественном питании.
16. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
17. Цены во внешней торговле.
18. Особенности методов ценообразования: Фактическое ценообразование «все издержки плюс прибыль», метод Техасской ассоциации ресторанов, метод базовой цены. Методы указания цен в меню.
19. Пакетное ценообразование.
20. Ассортиментная политика фирмы и ценообразование.
21. Ценообразование и оценка бизнеса.
22. Ценообразование и электронная торговля.
23. Подходы при установлении цен в меню.
24. Особенности формирования цен в современной российской практике.
25. Методы ценообразования на гостиничном рынке: метод Хабберта, метод высоких и низких цен, метод суммарного дохода, метод тарифных планов.

7.1.3 Темы научно-исследовательской работы студента

1. Ценообразование и регулирование цен в зарубежных странах.
2. Ценообразование и маркетинг-микс.
3. Нелинейно-динамическая модель ценообразования на конкурентном рынке.
4. Совершенствование регионального ценообразования в гостиничной деятельности на примере Курганской области.
5. Анализ ценовой конкуренции на рынке услуг общественного питания.
6. Особенности ценообразования в ресторанной деятельности.
7. Ценообразование на международном рынке гостиничных комплексов.

8. Ценообразование на рынке жилья Курганской области.
9. Ценообразование: факторы влияния на цены ресторанного меню.
10. Ценообразование и контроль в ресторане. Автоматизация ресторана. Компьютерные системы.

7.2. Контрольно-оценочные средства

7.2.1 Вопросы к итоговому контролю (зачету)

Часть 1 Теория ценообразования

Тема 1. Роль цены в условиях рынка

1. Сущность цены. Система цен.
2. Функции цен.
3. Классификация цен.
4. Скидки с цены.
5. Необходимые условия рыночного ценообразования.
6. Виды (сферы) рыночного ценообразования.

Тема 2. Состав и структура цены

7. Состав цены и структура цены.
8. Себестоимость в составе цены. Классификация затрат включаемых в себестоимость.
9. Прибыль в составе цены.
10. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
11. Надбавки посредников в цене товара.

Тема 3. Методология ценообразования на предприятии в условиях рыночной экономики

12. Методология ценообразования: понятие, принципы, методы.
13. Затратные методы ценообразования.
14. Рыночные методы ценообразования.
15. Параметрические методы ценообразования.
16. Общая схема расчета цены.

Тема 4. Ценовая политика и стратегия предприятия

17. Политика цен жизненного цикла товара, виды цен по периодам жизненного цикла товара.

18. Основные стратегии ценообразования.

19. Этапы разработки ценовой стратегии.

Тема 5. Полезность товара как фактор формирования цены

20. Полезность товара как основа его оценки покупателями.

21. Процедура определения экономической ценности товара.

22. Факторы, определяющие чувствительность покупателей к уровням цен.

Тема 6. Факторы ценообразования

23. Факторы ценообразования.

Тема 7. Государственное регулирование цен

24. Цели и задачи государственного регулирования цен.

25. Формы и методы воздействия государства на цены.

26. Регулирование цен в зарубежных странах (на примере 3-х стран).

27. Роль государства при циклическом ценообразовании.

28. Методы исследования отраслевой структуры рынка: индекс концентрации, индекс Линда, Индекс Херфиндаля-Хиршмана.

Часть 2 Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности

Раздел 2. Тема 1. Ценообразование в гостиничной деятельности

29. Методы ценообразования на гостиничном рынке: метод Хабберта. Метод высоких и низких цен, метод суммарного дохода, метод тарифных планов.

Раздел 2. Тема 1. Ценообразование в ресторанной деятельности

30. Подходы при установлении цен в меню.

31. Особенности методов ценообразования: фактическое ценообразование «все издержки плюс прибыль», метод Техасской ассоциации ресторанов, метод базовой цены.

32. Методы указания цен в меню.

33. Рекомендации по составлению ассортимента, оформлению меню и ценообразованию.

34. Подходы к проблеме повышения цен. Цены в ресторанном меню.

35. Оценка совокупной эффективности меню: средняя сумма чека, диапазон цен, подсчет очков.

Оценка результатов работы студентов по балльно-рейтинговой системе проводится в соответствии с Федеральным законом № 273-ФЗ «Об образовании в РФ» и нормативными документами ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» и Курганского филиала.

I. Распределение баллов по видам учебной работы за семестр:

A) Учебная деятельность:

1. посещение занятий - $36 * 0,5 = 18$
2. работа на семинарских занятиях - $22 * 0,5 = 11$
3. доклады, сообщения – 5
4. текущий тестовый контроль - $4 * 1 = 4$
5. промежуточный контроль – 5

B) НИРС:

1. стендовый доклад – 2
2. выступление на кафедральной конференции – 3
3. выступление на филиальной конференции – 5
4. публикация работы - 10
5. выступление на межвузовской конференции – 15
6. участие во всероссийской олимпиаде или конференции – от 10 до 20

B) Зачёт - 30

II. Критерий пересчёта баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачёта:

60 и более баллов – зачтено

III. Критерий допуска к промежуточной аттестации по дисциплине (зачёт), возможности получения автоматического зачёта по дисциплине:

Для допуска к промежуточной аттестации (зачёту) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов. Для

автоматического получения зачёта студенту необходимо набрать за семестр 60 баллов и более.

IV. Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра:

В случае, если к промежуточной аттестации набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счёт выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачётной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных практических работ.

Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):

- выполнение и защита отчётов по пропущенным практическим занятиям;
- прохождение рубежного контроля.

Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путём выполнения дополнительных заданий, форма и объём которых определяется преподавателем.

8 Образовательные технологии

Обучение студентов осуществляется по традиционной технологии (лекции, практики) с применением комплексных ситуационных задач.

Для успешного освоения дисциплины сочетаются традиционные и инновационные образовательные технологии, которые обеспечивают достижение планируемых результатов обучения по ООП. Перечень форм организации обучения и методов представлен в таблице.

Шифр раздела, темы дисциплины	Наименование раздела, темы дисциплины	Активные и интерактивные методы и формы обучения	Трудоемкость, часы (кол-во часов по разделу (теме) отводимое на занятия в интерактивной форме)
Р 2	Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности		
	Р 1.1 Ценообразование в	Проблемная лекция, разбор конкретных ситуаций, работа в команде,	

	гостиничной деятельности	семинар – диспут	4
Р 2	Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности	Обучение на основе опыта, метод Case-study	4
	Р 2.2 Ценообразование в ресторанной деятельности		
Итого:			8
Интерактивных занятий от объема аудиторных занятий, %			25%

9 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

9.1 Основная литература:

1. Емельянова Т.В. Ценообразование в организации: практикум: учеб. пособие / Т.В. Емельянова, Е.П. Бабушкина, В.В. Приходько, Н.Я. Скорик, Т.М. Тишковская; под общ. ред. Т.В. Емельяновой. – 2-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2013. – 336 с.: ил. – Режим доступа:

<http://www.biblioclub.ru>.

2. Косинова Е.А. Ценообразование: теория и практика: учеб. пособие / Е.А. Косинова, Е.Н. Белкина, А.Я. Казарова; Ставропольский гос.аграрный ун-т. – 2-е изд., перераб. и доп. – Ставрополь: АГРУС, 2012. – 160 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>.

3. Лев М.Ю. Ценообразование: учеб. для студ. вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / М.Ю. Лев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 719 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>.

9.2 Дополнительная литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации.
2. Налоговый кодекс Российской Федерации.
3. Базданикин А.С. Цены и ценообразование: учеб. пособие. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2011.- 370 с.

4. Герасименко В.В. Ценообразование: учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2008.- 419 с.

5. Горина Г.А. Ценообразование: учеб. пос. для студ. вузов, обучающихся по специальностям «Коммерция (торговое дело)» и «Маркетинг» / Г.А. Горина. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2012. – 127 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>.

6. Лев М.Ю. Государственное регулирование цен в зарубежных странах: учеб. пос. для студ. вузов, обучающихся по специальностям «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Финансы и кредит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / М.Ю. Лев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 423 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>.

7. Липсиц И.В. Ценообразование: управление ценообразованием в организации: учеб. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Экономистъ, 2008.- 447 с.

8. Магомедов М.Д. Ценообразование: учебник / М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. – 2-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2012. – 254 с. – Режим доступа: <http://www.biblioclub.ru>.

9. Салимжанов И.К. Ценообразование: учебник. - 2-е изд., стер. - М.: КноРус, 2008.- 299 с.

10. Ценообразование: учебник/ под ред. В.А. Слепова. - М.: Экономистъ, 2007.- 572 с.

11. Цены и ценообразование: учебник / под ред. В.Е. Есипова. - 5-е изд. - СПб.: Питер, 2009.- 476 с.

12. Цены и ценообразование: электрон. учебник / под ред. В.Е. Есипова. - 1 электрон.опт.диск (CD-ROM). - М.: КноРус, 2011.

13. Справочно-правовая база «Консультант-Плюс».

14. Справочно-правовая база «Гарант».

10 Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование в гостиничной и ресторанной деятельности», учебники, электронный курс лекций, раздаточный материал, наглядные пособия, учебные задания для проведения практических работ.