

ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
Приднестровский государственный университет им. Т.Г. Шевченко
Экономический факультет

Кафедра «Экономическая теория и мировая экономика»

УТВЕРЖДАЮ
И.о. декана экономического факультета
доцент И.Н. Узун



« 10 » 09 2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

На 2018/2019 учебный год

Учебной дисциплины

«Экономическая теория»

Направление подготовки:
35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной
продукции»

Профиль подготовки:
«Технология производства и переработки продукции растениеводства»

квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения:

Очная, заочная

Для набора

2016 года

г. Тирасполь, 2018 г.

Рабочая программа дисциплины « Экономическая теория» /сост. Л.В. Браташова -
Тирасполь: ГОУ ПГУ, 2018. – 11 с.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ПРЕДНАЗНАЧЕНА ДЛЯ ПРЕПОДАВАНИЯ
ДИСЦИПЛИНЫ БАЗОВОЙ ЧАСТИ Б1 СТРУКТУРЫ ООП СТУДЕНТАМ ОЧНОЙ И
ЗАОЧНОЙ ФОРМ ОБУЧЕНИЯ НАПРАВЛЕНИЕ ПОДГОТОВКИ 35.03.07
«ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПЕРЕРАБОТКИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ
ПРОДУКЦИИ» ПРОФИЛЬ ПОДГОТОВКИ «ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА И
ПЕРЕРАБОТКИ ПРОДУКЦИИ РАСТЕНИЕВОДСТВА»**

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции», утвержденного приказом Министерства образования РФ № 1330 от 12.11.2015 г.

Составитель Л.В. Браташова / Браташова Л.В., ст. преподаватель

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины Б1.Б.21 «Экономическая теория» - обеспечить установленный Государственным стандартом высшего образования уровень базовой подготовки студентов в области экономики, формирование базового уровня экономической грамотности, необходимого для ориентации и социальной адаптации к происходящим изменениям в жизни общества в России и Приднестровье;

- формирование культуры экономического мышления: выработка практических навыков принятия ответственных экономических решений, как в личной, так и в общественной жизни;

- формирование способности к саморазвитию, самостоятельности в принятии решений.

В ходе изучения дисциплины ставятся следующие задачи:

- 1) Раскрыть сущность экономических явлений и процессов и привить студентам соответствующий понятийный аппарат.

- 2) На основе знаний систем организации жизни общества, современных направлений, школ экономической теории сформировать мировоззрение студента, позволяющее ему объективно оценить ту или иную экономическую систему и соответствующую, ей концепцию управления экономической деятельностью.

- 3) Сформировать навык анализа, истолкования и описания экономических процессов.

- 4) Сформировать умение выносить аргументированные суждения по экономическим вопросам.

- 5) Познакомить со спецификой экономического моделирования и анализа.

- 6) Умение проводить сравнительный анализ различных экономических концепций.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Настоящая дисциплина Б1.Б.21 «Экономическая теория» по направлению 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции» относится к базовой части Б1 структуры ООП.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- философия
- иностранный язык
- информатика
- математика

Изучение экономики в рамках базовой части Б1 структуры ООП призвано вооружить будущего специалиста знаниями и навыками науки, имеющей как большое мировоззренческое значение, поскольку вводит в круг знаний, описывающих рациональное поведение самостоятельных, ответственных субъектов, так и непосредственное практическое применение каждым человеком в своей собственной жизни.

В процессе изучения студенты получают:

- навыки работы с экономической литературой и другими информационными источниками;
- навыки анализа микро- и макроэкономических показателей.

демонстрационный эффект приобретаемого товара, и послужит основой еще более высокого уровня продаж.

Следовательно, по таким товарам эффективно с самого начала выхода на рынок использовать политику высоких цен и поддержания имиджа сверхвысокого класса. Также в рамках престижного ценообразования установление цен на продаваемые товары на более высоком уровне в сравнении с товарами конкурирующих фирм посредством использования престижа товарной марки и высокого имиджа фирмы.

Интересен далее состязательный метод определения цен, используемый в частности, на центральных оптовых рынках, товарных рынках, рынках ценных бумаг и т. д. Имеется две его разновидности:

- *повышательный метод ведения аукциона*, когда прежде называется самая низкая цена, после чего идет ее повышение, а товар достается тому, кто предлагает самую высокую цену,

- *понижательный метод ведения аукциона*, когда вначале называется наиболее высокая цена и, если покупатель по такой цене не находится, то идет снижение цены. Право на заключение сделки купли - продажи на соответствующий товар получает покупатель, который первым принимает цену продавца и таким образом соглашается на наиболее высокую цену в сравнении с остальными участниками аукциона.

Методы ценообразования, рассмотренные выше, в частности, методология стоимостных добавок к себестоимости продукции, методология, ориентированная на обеспечение оптимальной загрузки производственных и сбытовых мощностей, методология ориентированная на спрос, методология, ориентированная на конкурентную борьбу с целью достижения конкурентного преимущества на рынке и т. д. - ключевые. Но в современных условиях нужно делать основной упор на обеспечение более активной связи ценовой политики с требованиями и запросами покупателей, их платежеспособностью, критериями оценки ценностей, стилем жизни и т.д., а также другими элементами маркетинга - товарной, дистрибьюционной и стимулирующей политикой. Маркетинговый подход к формированию продажной цены означает, что в

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины.

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций

Код компетенций	Формулировка компетенции (согласно ФГОСЗ+)
ОК - 3	Способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

В результате освоения дисциплины студент должен:

Знать:

- основы экономической теории необходимые для осуществления профессиональной деятельности;
- закономерности функционирования современной экономики на микро- и макро- уровнях;
- теоретические основы государственного регулирования экономики и особенности экономической политики России и Приднестровья.

Уметь:

- применять понятийно-категориальный аппарат и методы микро- и макроэкономики в профессиональной деятельности;
- использовать принципы, законы и экономические модели для анализа социально-значимых проблем и процессов;
- логически стройно и четко строить устную и письменную профессиональную речь, формулировать и аргументировать свою позицию, грамотно использовать иностранные экономические термины.

Владеть:

- культурой экономического мышления, способностью к обобщению и анализу, навыками системного подхода к исследованию экономических проблем, навыками критического восприятия информации.

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Распределение трудоемкости в з.е./часах по видам аудиторной и самостоятельной работы студентов по семестрам:

семестр Оч/зао		Количество часов					Форма итогового контроля
		Трудоемкость З.е./часы	В том числе				
			аудиторных			Самостоят Работа Оч/зао	
			Всего Оч/зао	Лекций Оч/зао	Практич. занятия Оч/зао		
6	5	3/108	46/16	16/6	30/10	62/92	зачет
Итого		3/108	46/16	16/6	30/10	62/92	зачет

конкуренции следует определить концепцию: приемлема данная цена или нет, так как в подобных условиях рыночные цены являются главенствующими.

Определение цены на основе анализа пределов является уместным в случае, когда фирма нацелена на достижение максимальной прибыли. Но при этом фирма должна быть в состоянии точно подсчитать и постоянные и переменные издержки, располагать условиями, позволяющими точно спрогнозировать спрос. Кроме того, спрос на рынке должен находиться под влиянием изменения только или преимущественно цен, а объем продаж - показывать соответствующий уровень цены. В действительности трудно четко определить уровень расходов и их разграничение на постоянные и переменные издержки. Кроме того, на рыночный спрос оказывают влияние не только цены, но и другие многочисленные маркетинговые мероприятия, а также конкурентные отношения между фирмами. По этой причине способ определения цены на основе анализа пределов помогает дать лишь определенный ориентир ее расчетного уровня.

Сошлемся также на метод определения цены продажи на основе анализа максимального пика убытков и прибылей, который позволяет определить объем производства и продаж, соответствующий тому случаю, когда общая сумма прибылей и общая сумма затрат равны между собой. Данный способ применяется, когда целью фирмы является выявление цены, обеспечивающей возможность получить максимальную прибыль.

При использовании этого способа фирма ориентируется на продажи одного и того же товара по различным ценам с тем, чтобы на практике проверить, сколько же в реальности удастся продать. Но не будут ли покупатели протестовать против ситуации, когда им один и тот же товар продают по различным ценам?

Важную роль играет далее определение цены с ориентацией на конкуренцию. Когда фирма занимает монопольную позицию на рынке, она способна получать наибольшую прибыль. Но в условиях зрелости рынка появляется много фирм, активно внедряющихся на него и развивающих

4.2 Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины:

№ Раз- дела	Наименование разделов	Количество часов			
		Всего Оч/зао	Аудиторная работа		Внеауд. Работа (СР) Оч/зао
			Л Оч/зао	ПЗ Оч/зао	
1	Современная экономика и экономическая наука.	22/20	4/2	6/-	12/18
2	Основы микроэкономики	34/34	4/4	10/-	20/30
3	Макроэкономика	52/54	8/-	14/10	30/44
Итого		108/108	16/6	30/10	62/92

4.3 Тематический план по видам учебной деятельности:

ЛЕКЦИИ

№ п.п.	Номер раздела дисциплины	Объем Часов Оч/зао	Тема лекции	Учебно- наглядные пособия
1	1	2/2	Предмет и методы экономической теории	Уч. пос. «Экономика» для бакалавров
2	1	2/-	Основные закономерности экономической организации общества	Схемы, таблицы
3	2	2/2	Общая характеристика рыночной экономики	Графики
4	2	2/2	Фирма в различных рыночных структурах. Конкуренция и монополия.	Схемы
5	3	2/-	Национальная экономика, ее цели и результаты	Модель кругооборота доходов и расходов
6	3	2/-	Общее макроэкономическое равновесие. Модель «Совокупный спрос – совокупное предложение»	Графики, таблицы
7	3	2/-	Финансовая система и финансовая политика	Уч. пос. «Экономика» для бакалавров
8	3	2/-	Денежно-кредитная система и монетарная политика государства	Схемы
Итого		16/6		

объемов продаж происходит снижение цены производства и цены продаж, одновременно активизируются усилия по оптимизации каналов сбыта для сведения к минимуму потерь при организации массовых продаж.

Еще один метод - минимальных затрат. Данный метод предполагает установление цены на минимальном уровне, достаточном для покрытия расходов на производство конкретной продукции, а не посредством подсчета совокупных издержек, включающих постоянные и переменные затраты на производство и сбыт. Предельные издержки обычно определяются на уровне, при котором можно было бы только окупить сумму минимальных затрат.

Продажа товара по цене, подсчитанной по такому методу, эффективна в стадии насыщения, когда нет роста продаж, и фирма ставит своей целью сохранить объем сбыта на определенном уровне.

Подобная политика ценообразования рациональна также при проведении кампании по внедрению нового товара на рынок, когда следует ожидать значительного увеличения объемов продаж указанного товара в результате предложения его по низким ценам. Хорошие результаты могут быть достигнуты в том случае, когда продажа по низким ценам способна привести к активному расширению сбыта, что, несмотря на низкую цену, дает достаточную прибыль за счет масштабов сбыта.

Но при неумелом использовании рассматриваемой методики фирме грозят убытки. Поскольку цены определяют поставщики товара, при этом не всегда учитываются запросы рынка и состояние конкурентной борьбы. Кроме того, несмотря на низкий уровень цен, потребитель нередко отказывается приобретать данный товар. Поэтому столь важно установить цену на уровне, обеспечивающем определенную величину прибыльности для фирмы (чуть выше предельных затрат), умело сочетать целевую прибыль с формированием условий для принятия данной цены целевым рынком.

Следующий метод - надбавки к цене. Расчет цены продажи в этом случае связан с умножением цены производства, цены закупки и хранения сырья и материалов на определенный коэффициент добавочной стоимости по формуле:

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

№ п/п	Номер Раздела дисциплин	Объем Часов Оч/зао	Тема практического занятия	Учебно- Наглядные пособия
1	1	2/-	Предмет и методы экономической теории	Уч. пос. «Экономика» для бакалавров
2	1	2/-	Экономические институты и собственность в рыночной экономике	Схемы, таблицы
3	1	2/-	Основные закономерности экономической организации общества	Графики
4	2	2/-	Общая характеристика рыночной экономики	Схемы
5	2	2/-	Теория потребительского поведения	Схема, таблицы
6	2	2/-	Основы предпринимательства. Издержки и доходы фирмы	Схемы
7	2	2/-	Фирма в различных рыночных структурах. Конкуренция и монополия.	Уч. пос. «Экономика» для бакалавров
8	2	2/-	Рынки факторов производства и их особенности	Схема, таблицы
9	3	2/2	Национальная экономика, ее цели и результаты	Схемы
10	3	2/2	Общее макроэкономическое равновесие. Модель «Совокупный спрос – совокупное предложение»	Уч. пос. «Экономика» для бакалавров
11	3	2/2	Макроэкономическое неравновесие: безработица и инфляция	Схемы, таблицы
12	3	2/-	Экономический рост и цикличность экономического развития	Модель экономического цикла
13	3	2/2	Финансовая система и финансовая политика	Уч. пос. «Экономика» для бакалавров
14	3	2/2	Денежно-кредитная система и монетарная политика государства	Схемы, таблицы
15	3	2/-	Международные экономические отношения	Учеб. пос. «Внешнеэкономическая деятельность и внешнеэкономические связи предприятия»
Итого		30/10		

Себестоимость единицы продукции = цена продажи $\times$ (1 + повышающий коэффициент)

Указанный коэффициент определяется делением общей суммы прибыли от продаж на себестоимость. Возможен также подсчет данного коэффициента делением общей суммы прибыли от продаж на цену продаж.

Еще один метод - целевого ценообразования. Иначе данный метод именуют методом определения целевой цены или определения цены в соответствии с целевой прибылью. На его основе рассчитывается себестоимость на единицу продукции с учетом объема продаж, который обеспечивает получение намеченной прибыли. Если себестоимость трансформируется из-за уменьшения или увеличения загрузки производственных мощностей и объемов сбыта, используют показатели степени загрузки производственных мощностей с учетом влияния конъюнктуры и других факторов, после чего определяют цену продажи на единицу продукция, которая при этих условиях обеспечила бы целевую прибыль. Но при этом методе цена подсчитывается исходя из интересов продавца, и не принимается во внимание отношение покупателя к рассчитываемой цене. Отсюда указанный метод нуждается в определенной корректировке, чтобы учесть, будут ли предполагаемые покупатели приобретать данный товар по расчетной цене или нет.

Поэтому столь важно определение цены с ориентацией на спрос, с учетом состояния конкуренции на рынке. Хотя и хочется, чтобы рассчитываемая цена покрывала себестоимость и целевую прибыль, но если она была определена с игнорированием изменений и требований спроса, отражающего покупательную способность рынка, то данное обстоятельство нередко становится причиной срыва планов финансовой деятельности фирмы. Если дифференциация соответствующих товаров и услуг принимается покупателями, то оказывается возможным контролировать и регулировать цену продажи, определять ее на уровне, обеспечивающем получение максимально возможных прибылей для фирмы.

Возможен далее метод определения цены продажи на основе анализа минимальных пределов убытков и прибылей. В условиях рынка развитой

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Раздел дисциплины	№ п/п	Тема и вид СРС	Трудоемкость (в часах) Оч/зач
Раздел 1	1	Предмет и методы экономической теории СРС1, СРС4, СРС5	4/6
	2	Экономические институты и собственность в рыночной экономике – СРС1, СРС5	4/6
	3	Основные закономерности экономической организации общества - СРС1, СРС2, СРС4, СРС5	4/6
Раздел 2	4	Общая характеристика рыночной экономики - СРС1, СРС5	4/6
	5	Теория потребительского поведения - СРС1, СРС5.	4/6
	6	Основы предпринимательства. Издержки и доходы фирмы - СРС1, СРС2, СРС3, СРС5.	4/6
	7	Фирмы в различных рыночных структурах. Конкуренция и монополия – СРС1, СРС2, СРС4, СРС5.	4/6
	8	Рынки факторов производства и их особенности – СРС1, СРС4, СРС5.	4/6
Раздел 3	9	Национальная экономика, ее цели и результаты - СРС1, СРС5.	4/6
	10	Общее макроэкономическое равновесие. Модель «Совокупный спрос и совокупное предложение» - СРС1, СРС2, СРС4, СРС5.	6/7
	11	Макроэкономическое неравновесие: безработица и инфляция - СРС1, СРС2, СРС4, СРС5.	4/7
	12	Экономический рост и цикличность экономического развития - СРС1, СРС5	4/6
	13	Финансовая система и финансовая политика - СРС1, СРС4, СРС5	4/6
	14	Денежно - кредитная система и монетарная политика государства - СРС1, СРС2, СРС4, СРС5	4/6
	15	Международные экономические отношения – СРС1, СРС2, СРС4	4/6
Итого:			62/92

Виды самостоятельной работы:

СРС1 – проработка и повторение лекционного материала, изучение основной и дополнительной литературы;

СРС2 – подготовка к научной дискуссии на семинарском занятии;

СРС3 – письменное домашнее задание;

СРС4 – реферат;

СРС5 – подготовка к зачету.

назначить цену, близкую к цене товара этого конкурента. В противном случае она потеряет сбыт. Когда ее товар ниже по качеству, фирма не сможет запросить за него цену такую же, как у конкурента. Потребовать больше, чем конкурент, фирма получит возможность тогда, когда ее товар будет выше по качеству. Следовательно, фирма пользуется ценой для позиционирования своего предложения рынку относительно предложения конкурентов.

Для принятия своевременных решений в области ценообразования нужно обладать достоверной информацией о ходе реализации товаров конкурентов. Существуют следующие основные показатели, необходимые для контроля цен конкурентов:

- Динамика объема продаж в натуральных и стоимостных измерителях:
 - в сравнении с предыдущим годом.
 - в сравнении с различными сегментами рынка и каналами распределения.
- Изменения цен конкурентов по различным группам товаров.
- Объем продаж по сниженным ценам: определенный как процент от общей продажи, определенный так процент от продажи по полным ценам.
- Сегмент потребителей, приобретающий наибольшую выгоду от снижения цен.
- Динамика затрат на маркетинговые исследования.
- Позиция потенциальных покупателей по поводу продаваемых товаров.
- Неудовлетворенность предлагаемой ценой: со стороны потребителей, со стороны торгового персонала.
- Изменения позиции потребителей относительно предприятия-конкурента и его цен.
- Количество потерянных потребителей в сравнении с предыдущим периодом.

Главным результатом анализа информации о ценах, получаемой из различных источников, должно быть сокращение количества непредвиденных ситуаций в области ценовой политики конкурентов.

5.Выполнение курсовой работы учебным планом не предусмотрено.

6.Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Экономическая теория» используются следующие методы обучения и формы организации занятий:

- лекции;
- семинары, на которых обсуждаются основные проблемы, освещенные в лекциях и сформулированные в домашних заданиях;
- письменные или устные домашние задания;
- самостоятельная работа студентов, в которую входит освоение теоретического материала, подготовка к семинарским занятиям, выполнение указанных работ.

В рамках лекционных и практических заданий предусмотрены следующие формы интерактивных занятий:

- лекции-дискуссии;
- лекции-беседы;
- разбор конкретных ситуаций;
- учебно-ролевые игры;
- тренинги, кейс-семинары;
- использование мультимедийного проектора и компьютерной техники.

семестр Оч/зао		Вид занятия	Используемые интерактивные образовательные технологии	Кол Часов Оч/зао
6	5	лекция	Групповые дискуссии, разбор конкретных ситуаций	-/-
6	5	Практиче ское	Деловые и ролевые игры, компьютерные симуляции, кейс-методы, тренинги	-/-
Итого:				-/-

7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов – см. в ФОС

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1 Основная литература:

1. Агапова т.А., Серегина. Макроэкономика.- М., 2002 г.
2. Борисов Е. Ф. Экономическая теория.-М., 2007 г.
3. Булатов А.С. Экономика.- М.,2007 г.
4. Добрынин Л. И., Тарасевич Л.С. Экономическая теория.-М., С-П., 1997 г.
5. Ефимова Е.Г. Экономика для юристов - М., 2001 г
6. Камаев В.Д. Экономическая теория.- М., 2007 г.
7. Кисилева Е.А. Макроэкономика - М., 2006
8. Козырев В. М. Основы современной экономики. М., 2007 г.
9. Курс экономической теории /Под общей ред. М.Н. Чепурина, Е. А. Киселевой. - Киров, 2002 г.
10. Микроэкономика. Теория и российская практика./ Под. ред. А. Е. Грязновой, А. Ю. Юданова. - М., 2001 г.
11. Николаева И.П. Экономическая теория - М., 2006 г.

сделать выбор, и нет срочности в совершении покупки, спрос является эластичным и значительно зависит от изменений в цене. Увеличение цен приведет к покупке заменителя или отложенной покупке. Снижение цен увеличит объем реализации, отвлечет покупателей от конкурентов или заставит их раньше совершить покупку. Высокоэластичной для многих потребителей является цена авиабилета при поездках на отдых.

В тех случаях, когда потребители считают, что предложения фирмы уникальны, или существует острая необходимость в совершении покупки, спрос неэластичен и изменения цены влияют на него незначительно. Ни увеличение, ни понижение цен не окажут существенного воздействия на спрос.

Приверженность к марке также создает неэластичный спрос, поскольку потребители рассматривают свою марку как отличительную и могут не соглашаться с заменой. Наконец чрезвычайные обстоятельства увеличивают неэластичность спроса. Потребитель со спущенной шиной заплатит больше за замену, чем потребитель, у которого есть время для поиска товара.

Необходимо отметить, что эластичность спроса меняется в зависимости от диапазона изменения цен для одного и того же товара или услуги. При очень высоких ценах продажа необходимых товаров падает. При очень низких ценах спрос невозможно стимулировать далее, поскольку рынок насыщается, и потребители начинают рассматривать уровень качества как низкий.

Спрос будет, скорее всего, менее эластичным, если потребители не сразу замечают повышение цен или медленно меняют свои покупательские привычки.

Б). Оценка издержек.

Издержки принято подразделять на два вида: постоянные и переменные. Постоянные (накладные) - затраты, размер которых не зависит от обычных колебаний объема выпуска и выручки от оборота. Так, фирма должна ежемесячно платить за аренду помещения, теплоснабжение, выплачивать проценты, заработную плату администрации и т.д. Переменные же издержки

12. Нуреев Р. М. Курс микроэкономики.- М., 2002 г.
13. Райзберг Б.А. Курс экономики.- М., 1997 г.
14. Мамедов О.Р. Современная экономика.- Ростов на дону, 2008 г.
15. Сидорович А.В. Экономическая теория.-М., 1997 г.
16. Основы экономической теории / Под ред. Л.Г. Сенокосовой. – Тирасполь: РИО ПГУ, 2016.
17. Внешнеэкономическая деятельность и внешнеэкономические связи предприятия. Учеб. Пособие / Под ред. В.В. Лабунского. – Тирасполь. изд. Приднестровского Университета. 2017, - 264 с.

8.2 Дополнительная литература:

1. Бартенев С.А. История экономических учений.- М., 1998г.
2. Бурла М.П., Бушан В. А., Казмалы И.М, Экономика ПМР на переходном этапе.- Тирасполь, 2000 г.
3. Майсбурд Е. М. Введение в историю экономической мысли. От пророков до профессоров. - М., 2000г.
4. Хрестоматия по истории экономической мысли / Сост. Е.Ф. Борисов. — М.: Юристъ, 2000.
5. Котляр Ф. Основы маркетинга.- М., 1991 г.
6. Лаврушин О.М. Банковское дело. - М., 2007 г.
7. Макконелл К.Р., Брю С. Л. Экономикс.-М., 2000 г.
8. Маршалл А. Принципы экономической науки.- М., 1993 г.
9. Самуэльсон П.А, Экономикс- М.,1994 г.
10. Фишер. Экономика.-М., 1993 г.
11. История экономических учений: Уч. пос./Под ред. И.Н.Узуна – Тирасполь: Изд-во ПГУ, 2011.
12. Экономика: Уч. пос. под ред. Л.Г. Сенокосовой– Тирасполь: Изд-во ПГУ, 2011.
13. Экономика для бакалавров: Учеб. пособие / Под. Общ. Ред. Л.Г. Сенокосовой. – Тирасполь: Ликрис, 2014. – 236 с.

8.3 Программное обеспечение и Интернет-ресурсы

- общие информационные, справочные и поисковые системы « Консультант плюс», «Гарант»;
- профессиональные поисковые системы «Science Direct», «Econlit»;
- официальные сайты Росстата ([www. qks.ru](http://www.qks.ru)), Банка России (www.cbr.ru), Росбизнесконсультанта (www. rbc. ru).

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины.

- Аудитория по расписанию (настенная доска, стенды, плакаты);
- Аудитория с компьютером, проектором, интерактивная доска.

При проведении лекционных занятий преподавателем и презентации студентами подготовленных рефератов и докладов может использоваться компьютер, ноутбук и мультимедийный проектор. В ходе работы на семинарах используется раздаточный материал.

10.Методические рекомендации по организации изучения дисциплины.

Изучение дисциплины «Экономическая теория» предполагает проведение лекционных занятий в соответствии с тематическим планом. На лекциях излагаются основные теоретические положения и концепции курса, дающие студентам информацию, соответствующую программе.

2. Определение спроса
3. Оценка издержек
4. Анализ цен и товаров конкурентов
5. Выбор метода ценообразования
6. Установление окончательной цены

2.3.1 Постановка задач и целей ценообразования.

Прежде всего, фирме необходимо определиться с целями ценовой политики. Обычно этих целей несколько. Среди них:

- **обеспечение существования фирмы на рынках.** Проблемы могут возникнуть из-за конкуренции или изменившихся запросов потребителей. Чтобы обеспечить работу предприятий и сбыт своих товаров, фирмы вынуждены устанавливать низкие цены в надежде на благожелательную ответную реакцию потребителей. При этом прибыль может терять свое первостепенное значение. Но пока цена покрывает издержки, производство может продолжаться.

- **максимизация прибыли.** Многие предприниматели хотели бы установить на свой товар цену, которая обеспечивала бы максимум прибыли. Для этого определяют возможный спрос и предварительные издержки по каждому варианту цен. Из альтернатив выбирается та, которая принесет в краткосрочной перспективе максимальную прибыль. В реализации данной цели ориентируются на краткосрочные ожидания прибыли и не учитываются долгосрочные перспективы, определяемые использованием всех Других элементов маркетинга, политикой конкурентов, регулирующей деятельностью государства;

- **максимальное расширение оборота.** Цену, направленную на максимизацию оборота, применяют тогда, когда продукт производится корпоративно и сложно определить всю структуру и функции издержек. Здесь же важно оценить спрос. Реализовать данную цель можно посредством установления процента комиссионных от объема сбыта.

Закрепление полученных теоретических знаний и развитие у студентов навыков к применению теоретических положений к решению практических проблем осуществляется на практических занятиях, которые предполагают использование традиционных (обсуждение докладов, защита рефератов) и интерактивных форм (организация научных дискуссий и «круглых столов», решение ситуационных задач, проведение ролевых и деловых игр). Форма проведения практических занятий выбирается преподавателем.

Значительный объем учебной нагрузки студента приходится на самостоятельную работу, которая заключается в подготовке к практическим занятиям и освоении теоретического материала, выходящего за пределы лекций. Итогом правильной организации самостоятельной работы студента является получение эффективного результата. В процессе подготовки к семинарским занятиям, контрольной работе, к зачету студент должен уделить достаточно времени работе с источниками и литературой. При необходимости во время индивидуальных консультаций студент может получить квалифицированную помощь преподавателя по организации самостоятельной работы. Студент должен опираться на экономико-математический инструментарий, структурно-логические связи и другие методы научного исследования.

В учебном процессе используются как классические учебники, так и новейшая отечественная и зарубежная учебная и научная литература. В библиотеке ПГУ им. Т.Г. Шевченко имеются необходимые учебники и научные источники, а также журналы, материалы которых могут использоваться студентами при подготовке к семинарским занятиям.

Рабочая программа составлена с учетом Федерального Государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению 35.03.07 «Технология производства и переработки сельскохозяйственной продукции», утвержденного приказом Министерства образования РФ № 1330 от 12.11.2015 г.

11. Технологическая карта дисциплины

Курс III, группа АТ16ДР62ТП (307 гр.) - семестр VI, АТ16ВР62ПР (37 гр.) - семестр V.

Преподаватель – лектор Браташова Л.В..

Преподаватели, ведущие практические занятия: Браташова Л.В.

Кафедра экономической теории и мировой экономики

А). Определение спроса.

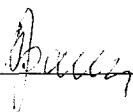
Цена, назначенная продавцом, так или иначе отразится на уровне спроса на товар. Эта взаимосвязь объясняется двумя экономическими принципами (законом спроса и ценовой эластичностью спроса) и сегментацией рынка.

Закон спроса гласит, что чем выше цена, тем меньше число тех, кто согласится купить данный товар, т. е. меньше уровень спроса (при данном уровне доходов); и наоборот, чем ниже цена, тем больше будет число покупателей и количество приобретаемого товара. Таким образом, спрос и цена находятся в обратно пропорциональной зависимости. Однако при повышении цен на престижные товары часто наблюдается увеличение спроса, так как потребители могут посчитать более высокую цену показателем более высокого качества. При слишком высокой цене спрос на престижные товары уменьшается.

Большинство фирм стремится проводить замеры изменений спроса. В зависимости от типа рынка применяются различные подходы к замерам. В условиях чистой монополии спрос на товар обоснован той ценой, которую фирма за него запрашивает. Однако в условиях конкуренции кривая спроса на товар фирмы будет меняться в зависимости от реакции конкурентов на установленные цены.

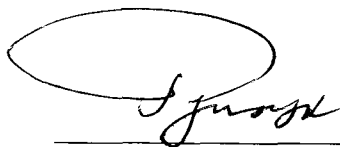
Эластичный спрос имеет место в тех случаях, когда ценовая эластичность больше 1: небольшие изменения в ценах приводят к большим изменениям в размерах спроса. При этом общий доход возрастает, когда цены снижаются, и уменьшается, когда цены растут. Неэластичный спрос имеет место в тех случаях, когда ценовая эластичность меньше 1: ценовые изменения незначительно влияют на объем спроса. Общий доход возрастает, когда цены повышаются, и падает, когда цены снижаются. Ценовая эластичность равна 1, когда изменения в ценах компенсируются изменениями в размере спроса, так что общий объем реализации остается постоянным.

Наличие того или иного типа спроса основывается на двух критериях: доступности замен и важности потребности. Если потребитель считает, что существует множество аналогичных товаров и услуг, из которых можно

Составитель (и)  Браташова Л.В. ст. преподаватель

Зав. кафедрой
экономической теории
и мировой экономики  Сенокосова Л.Г. д.э.н, профессор

Согласовано:

1. Декан аграрно-
технологического факультета  Рущук А.Д. доцент

2. Зав. кафедрой
«Технологии производства и переработки
сельскохозяйственной продукции»  Рущук А.Д. доцент