

Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО
Директор СЗИУ РАНХиГС
А.Д. Хлутков

ПРОГРАММА МАГИСТРАТУРЫ
Бизнес-моделирование современных СМИ
(наименование образовательной программы)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса

Б1.В.ДВ.01.02 Ценообразование на конкурентном рынке СМИ
(код и наименование РПД)

42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА
(код и наименование направления подготовки (специальности))

очная
форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор—составитель:

Д.э.н., профессор кафедры
социальных технологий

Прихач А.Ю.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 14 сентября 2023 г. № 1.

СОДЕРЖАНИЕ

- 1.** Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
- 2.** Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
- 3.** Содержание и структура дисциплины
- 4.** Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся
- 5.** Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине
- 6.** Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
- 7.** Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
 - 7.1.Основная литература
 - 7.2.Дополнительная литература
 - 7.3.Нормативные правовые документы
 - 7.4.Интернет-ресурсы
 - 7.5.Иные источники
- 8.** Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований и осуществления бизнес-процессов	ПК-2.1	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований
		ПК-2.2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для осуществления бизнес-процессов

1.2. В результате освоения дисциплины у магистрантов должны быть сформированы:

Таблица 2

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ» относится к дисциплинам по выбору по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика».

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются магистрантами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5** зачетные единицы, **180** акад. часов, **135** астрон. часов.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад/астрон. часах)
Общая трудоемкость	180/135
Контактная работа с преподавателем	92/69
Лекции	42/31,5
Практические занятия	48/36
Лабораторные занятия	-

Самостоятельная работа	52/39
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, доклад, задачи
Вид промежуточного контроля	экзамен

Место дисциплины.

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ» относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 3 семестре.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами, определяющими вектор дальнейшего профессионального развития.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1 Структура дисциплины

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л/ДОТ	ЛР/ДОТ	ПЗ/ДОТ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Теоретические основы цены	16	4		6		6	Д*
Тема 2	Система цен в рыночной экономике	16	4		6		6	Д
Тема 3	Спрос и предложение на конкурентном рынке	16	4		6		6	З, Д
Тема 4	Виды затрат, формирующих себестоимость	18	6		6		6	З,Д
Тема 5	Составные части цены, в том числе продукции СМИ	18	6		6		6	Д, З**
Тема 6	Основы методологии ценообразования	18	6		6		6	Д, З*
Тема 7	Формирование цен в условиях конкурентного рынка	20	6		6		8	Д, З
Тема 8	Ценовая политика предприятия СМИ	20	6		6		8	Д, З
Контроль		36						
Промежуточная аттестация								экзамен
Всего (академ.час./астроном.час.):		180	42/31,5		48/36		52/39	

Д – доклад,

З - задачи

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Теоретические основы цены

Понятие и сущность цены. Функции цены. Составляющие цены. Либерализация цен в конце XX века и ее последствия. Затратное ценообразование. Интуитивное ценообразование. Рыночное ценообразование. Затратная и ценностная теория. Стратегические и тактические факторы. Нижние и верхние пределы цены. Учетная функция, стимулирующая функция, распределительная функция, регулирующая функция, рационализирующая функция. Состав и структура цены. Структура цены при товародвижении.

Тема 2. Система цен в рыночной экономике

Классификация цен. Особенности отдельных видов цен. Распределение цен по функциональному значению. Распределение цен по временному фактору. Распределение цен по критерию регулирования. Распределение цен по стадиям прохождения товара. Распределение цен по принципу включения транспортно-складских и коммерческих затрат. Распределение цен по способу установления. Распределение цен по территории действия. Распределение цен по тенденции их изменения. Тарифы, свободные отпускные и розничные цены.

Тема 3. Спрос и предложение на конкурентном рынке

Понятие закона «спроса-предложения». Эластичность спроса по цене. Эластичность по доходу. Товары Гиффина. Товары Веблена. Коэффициент ценовой эластичности спроса. Группы товаров неэластичного спроса по цене.

Тема 4. Виды затрат, формирующих себестоимость

Основные виды затрат. Издержки производства. Себестоимость как основа цены. Методы переноса затрат на производимые виды продуктов. Элементы текущих затрат. Калькуляция затрат. Затраты включаемые и не включаемые в себестоимость.

Тема 5. Составные части цены, в том числе продукции СМИ

Себестоимость как основная часть цены. Чистый доход и его состав. Прибыль и виды прибыли. Косвенные налоги. Наценки оптовой и розничной торговли. Определение оптовой цены. Чистый доход и его состав. Норма прибыли. Налог на добавленную стоимость. Расчеты связанные с косвенными налогами. Акцизы и таможенные пошлины.

Тема 6. Основы методологии ценообразования

Принципы ценообразования. Основные методы ценообразования. Методология ценообразования как система методов, приемов и принципов формирования цены. Затратные методы, рыночные методы, эконометрические методы. Метод удельной цены. Метод балльных оценок. Агрегатный метод. Метод регрессионного анализа.

Тема 7. Формирование цен в условиях конкурентного рынка

Взаимодействие цены, спроса, предложения. Факторы, влияющие на цены. Внутренние и внешние факторы. Регулируемые и нерегулируемые факторы. Объем спроса. Цены взаимосвязанных товаров. Уровень доходов покупателей. Потребительские ожидания. Количество потребителей. Вкусы и предпочтения покупателей. Издержки производства. Цены на другие товары. Количество продавцов. Горизонтальная, вертикальная, временная дифференциация розничных цен. Твердые, подвижные, скользящие цены. Влияние конкуренции на цены.

Тема 8. Ценовая политика предприятия СМИ

Формирование ценовой политики. Научная обоснованность цен. Целевая направленность цен. Непрерывность процесса ценообразования. Постановка целей ценообразования. Максимальное увеличение сбыта. Максимальное обеспечение оборота. Определение спроса. Оценка издержек производства. Анализ цен и товаров конкурентов. Ценовая стратегия предприятия. Сбор исходной информации. Стратегический анализ. Формирование ценовой стратегии. Тактика реализации ценовой стратегии. Действия предприятия при выпуске товара на рынок. Тестирование цены. Рынок свободной конкуренции.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.01.02 «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, доклады, ответы на вопросы по докладам, разбор и анализ предлагаемых ситуаций, решение задач.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательско-оценочный метод, разбор конкретных ситуаций.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы для докладов по темам 1-8

1. Ценовой механизм в плановой экономике
2. Последствия либерализации в России в 90-х годах XX века
3. Конкурентный рынок СМИ в настоящее время
4. Способы формирования цифрового информационного товара
5. Способы формирования цены контент-товара в интернете
6. Конкуренция современных информационных товаров в цифровой среде
7. Конкуренция СМИ на современном рынке
8. Как конкурируют и сотрудничают информационные компании на рынке
9. Как определяется цена предоставления рекламы в изданиях СМИ
10. Налоговая система в России
11. Сходства и отличия отечественных и международных СМИ
12. Сущность и возможности журналистской деятельности за рубежом
13. Процесс формирования цен на продукты СМИ
14. Современные виды установления цен на товары
15. Как формируется цена на современные виды информационных товаров
16. Основные функции современной цены
17. Способы определения затрат, себестоимости, цены
18. Способы определения объема реализации, объема дохода, объема прибыли
19. Механизм определения себестоимости
20. Способы перенесения затрат на себестоимость информационного продукта
21. Понятие эластичности спроса по цене
22. Факторы, оказывающие влияние на повышение и понижение рыночной цены
23. Анализ рыночного спроса на информационные продукты

24. Определение объема спроса на информационные продукты
25. Анализ товаров конкурентов на информационном рынке
26. Виды стратегии издательства по производству продукции
27. Тактика издательства на конкурентном рынке
28. Финансовая оценка деятельности персонала издательства
29. Постоянные и пропорциональные виды затрат
30. Методы ценообразования на продукты СМИ

Задачи по темам 1-8 (обобщенное описание)

Задача №1. Рассчитать по представленным данным пропорциональные затраты на 100% выпуска продукции и суммарные затраты на указанный в процентах объем выпуска продукции

Задача №2. Рассчитать точку безубыточности по периоду времени для деятельности нового издательства с учетом представленных значений исходных показателей

Задача №3. Определить точку безубыточности по тиражу выпуска для деятельности нового издательства с учетом представленных значений исходных показателей

Задача № 4. Рассчитать цену единицы разных видов продукции (газеты, журналы), учитывая представленные значения по норме прибыли и показателям затрат

Задача № 5. Определить себестоимость единицы продукции газетных и журнальных выпусков тремя способами переноса постоянных затрат на выпуск

Задача № 6. С учетом указанной единицы товара, определить какой из представленных вариантов реализации даст наибольшую суммарную прибыль

5. *Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине*

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

5.2. *Оценочные материалы промежуточной аттестации*

Перечень вопросов к экзамену

1. Либерализация цен в России в XX веке
2. Понятие, сущность и функции цены
3. Составляющие цены на продукты СМИ
4. Классификация цен: распределение по функциональному значению
5. Классификация цен: по временному фактору
6. Классификация цен: по критерию регулирования
7. Классификация цен: по стадиям прохождения товара
8. Классификация цен: в соответствии с критерием «франко»
9. Классификация цен: по способу установления
10. Классификация цен: по территории действия
11. Виды цен на товары, реализуемые продолжительное время
12. Особенности отдельных видов цен
13. Понятие и содержание себестоимости
14. Понятие дохода и прибыли
15. Косвенные налоги
16. Таможенные пошлины
17. Наценки оптовой и розничной торговли
18. Принципы ценообразования
19. Основные три метода ценообразования

20. Модификации параметрического метода формирования цены
21. Неценовые факторы, влияющие на изменение спроса
22. Основные факторы, влияющие на предложение при постоянной цене
23. Понятие закона и эластичности спроса и предложения
24. Коэффициент ценовой эластичности спроса
25. Внутренние факторы, влияющие на цены
26. Внешние факторы, влияющие на цены
27. Твердые, подвижные, скользящие цены
29. Система оптовой и розничной торговли
30. Затраты производителя на изготовления продукции
31. Постоянные и переменные издержки
32. Методы перенесения затрат на себестоимость
33. Формирование ценовой политики
34. Постановка целей ценообразования
35. Определение спроса на продукцию СМИ
36. Оценка издержек производства
37. Анализ цен и товаров конкурентов на рынке СМИ
38. Ценовая стратегия предприятия
39. Формирование ценовой стратегии
40. Тактика реализации ценовой стратегии
41. Система общих и специальных скидок
42. Действия фирмы при выпуске товара на рынок

Шкала оценивания

Магистрант допускается к экзамену по дисциплине в случае выполнения им всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Экзамен проводится в форме публичного выступления.

Выступление – это официальное сообщение, посвященное теме вопроса в билете, которое содержит описание вопроса и раскрытие его сути.

Структура ответа включает:

1. Введение:

– указывается вопрос, излагается последовательность ответа;

2. Основное содержание:

– обозначается проблемное поле и вводятся основные термины выступления, а также тематические разделы содержания ответа;

– намечаются методы решения представленной в выступлении проблемы и предполагаемые результаты.

3. Заключение:

– приводятся основные результаты и суждения автора по поводу путей возможного решения рассмотренной проблемы, которые могут быть оформлены в виде рекомендаций.

Выступление должно быть построено в соответствии с регламентом: не более пяти–семи минут.

Обучающийся также готовит решение кейса. Обучающийся знакомится с материалом кейса. Осмысливает ситуацию. Рассматривает альтернативы решения проблемы и находит ее верное или оптимальное решение. Обучающийся защищает свое решение.

Оценка результатов производится на основе Положения о текущем контроле успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам среднего профессионального и высшего образования в федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при

Президенте Российской Федерации», утвержденного Приказом Ректора РАНХиГС при Президенте РФ от 30.01.2018 г. № 02-66 (п.10 раздела 3 (первый абзац) и п.11), а также Решения Ученого совета Северо-западного института управления РАНХиГС при Президенте РФ от 19.06.2018, протокол № 11.

ОТЛИЧНО

Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной литературы, раскрывает и анализирует проблему с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументированно формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения.

ХОРОШО

Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, нормативов и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает теоретическую и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые не искажают сути ответа;

УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

Обучающийся показывает слабое знание материалов занятий, отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.

НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО

Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, теории и практики применения изучаемого вопроса, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Магистранты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ магистранта при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Защита докладов. Магистранты персонально распределяют темы докладов в группе. По 1 человеку самостоятельно готовят доклад по одной из тем по дисциплине. По материалам магистранты готовят презентацию, с которой выступают на публичном представлении доклада и защите его с помощью ответов на вопросы. Регламент для доклада – 15 минут.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7.1. Основная литература

1. Липсиц И.В. Ценообразование: учебное пособие для вузов / И.В. Липсиц. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 160 с.
2. Лазурин Е.А. и др. Современное ценообразование: учебное пособие / Лазурин Е.А., Неклюдов В.А., Сироткин С.А. - Ярославль: ООО «ПКФ «Союз-Пресс»», 2020. - 76 с.
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с.
4. Сергеев Л.И. Цифровая Экономика: учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2020. - 332 с.
5. Спиридонова Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебники и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 317 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Васюхин О.В., Основы ценообразования - СПб: СПбГУ ИТМО, 2010 - 110 с.

7.3. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

7.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций* РГБ
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

Англоязычные ресурсы

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald*– крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

7.5. Иные источники

При изучении дисциплины иные источники не используются

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения MicrosoftExcel, MicrosoftWord, MicrosoftPowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Таблица 5

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.