

Ценообразование : учебник и практикум / под ред. Г. А. Маховиковой. — 6-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — 463 с. — Серия : Бакалавр. Углубленный курс.

Оглавление

Предисловие.....	7
------------------	---

Раздел I. ЦЕНА КАК ЭКОНОМИЧЕСКАЯ КАТЕГОРИЯ

Глава 1. Основные теоретические концепции цены.....	13
1.1. Теория трудовой стоимости.....	13
1.2. Теория факторов производства.....	18
1.3. Теория предельной полезности.....	18
1.4. Теория спроса и предложения.....	23
1.5. Эволюция теории цены.....	26
<i>Практикум.....</i>	<i>28</i>
Глава 2. Виды и функции цен.....	30
2.1. Система цен в экономике, принципы дифференциации цен.....	30
2.2. Функции цены.....	38
2.3. Состав и структура цены.....	41
<i>Практикум.....</i>	<i>48</i>
Глава 3. Регулирование цен.....	52
3.1. Роль и необходимость государственного регулирования рыночных цен.....	52
3.2. Методы государственного регулирования цен.....	65
3.3. Инфляция: понятие, измерение, негативные социально-экономические последствия.....	69
<i>Практикум.....</i>	<i>77</i>

Раздел 2. ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И СТРАТЕГИЯ ФИРМЫ

Глава 4. Ценовая политика предприятия.....	83
4.1. Цели ценовой политики и принципы ценообразования.....	83
4.2. Политика цен жизненного цикла товара.....	89
4.3. Политика цен на новые изделия.....	92
4.4. Тактические аспекты ценовой политики.....	94
4.5. Скидки как инструмент ценовой политики фирмы.....	98
<i>Практикум.....</i>	<i>101</i>
Глава 5. Ценовые стратегии предприятия.....	104
5.1. Этапы разработки ценовой стратегии.....	104
5.2. Выбор типа ценовой стратегии.....	107

5.3. Стратегия премиального ценообразования.....	114
5.4. Стратегия ценового прорыва.....	116
5.5. Стратегия нейтрального ценообразования.....	118
<i>Практикум.....</i>	118
Глава 6. Методы ценообразования.....	123
6.1. Затратное ценообразование.....	123
6.1.1. Классификация и калькулирование издержек для целей ценообразования.....	124
6.1.2. Основные методы затратного ценообразования.....	128
6.1.3. Релевантные издержки и их использование в ценообразовании.....	133
6.1.4. Альтернативные издержки и их учет при определении цен.....	137
6.2. Ценообразование с учетом ценности товара.....	138
6.2.1. Понятие ценности товара и определяющие факторы.....	138
6.2.2. Принципы и методы определения чувствительности покупателей к цене.....	145
6.2.3. Основные методы и модели ценностного ценообразования.....	157
6.3. Ценообразование с учетом конкуренции.....	160
6.4. Метод определения цен на основе равновесия между издержками производства и состоянием рынка.....	168
6.5. Эконометрические методы определения цен.....	171
6.6. Трансфертные цены и методы их определения.....	174
6.6.1. Метод сопоставимых рыночных цен.....	182
6.6.2. Метод цены последующей реализации.....	185
6.6.3. Затратный метод.....	187
6.6.4. Метод сопоставимой рентабельности.....	188
6.6.5. Метод распределения прибыли.....	191
6.6.6. Регулирование трансфертного ценообразования в России.....	194
<i>Практикум.....</i>	197
Глава 7. Методология и практика управления затратами и ценами на предприятии.....	205
7.1. Принятие решений предприятием с учетом предстоящих изменений затрат, цен и безубыточности производства.....	205
7.2. Целесообразность снижения и повышения цен.....	211
7.3. Реакция фирмы на изменение цен конкурентами.....	218
<i>Практикум.....</i>	224
Раздел 3. ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ И ТЕНДЕНЦИИ В ЦЕНООБРАЗОВАНИИ	
Глава 8. Ценообразование на продукцию топливно-энергетического комплекса.....	231
8.1. Цены на нефть.....	231
8.2. Цены на газ.....	244

8.3. Цены на уголь.....	256
8.4. Тарифы в электроэнергетике.....	259
8.4.1. Рынок электроэнергетики, субъекты и объекты рынка ...	259
8.4.2. Механизм ценообразования на оптовом рынке электроэнергии.....	266
8.4.3. Механизм ценообразования на розничном рынке электроэнергии.....	277
<i>Практикум</i>	279
Глава 9. Ценообразование на продукцию машиностроения....	283
9.1. Обзор рынка машиностроения.....	283
9.2. Рыночные факторы, влияющие на уровень цен машин и оборудования.....	290
9.3. Методы ценообразования на машины и оборудование.....	292
9.4. Ценообразование на машины и оборудование во внешней торговле	298
<i>Практикум</i>	305
Глава 10. Ценообразование в строительстве.....	307
10.1. Особенности строительной продукции.....	307
10.2. Сметная стоимость строительства и оценка недвижимости.....	308
10.3. Структура сметной стоимости строительства.....	310
10.4. Сметные нормативы как база проведения расчетов затрат.....	313
10.5. Методы расчета стоимости строительства.....	316
10.6. Виды индексов цен в строительстве.....	317
10.7. Сравнительный анализ особенностей применения методов расчета стоимости строительства.....	322
<i>Практикум</i>	324
Глава 11. Тарифы на услуги транспортного комплекса.....	327
11.1. Рынок транспортных услуг России.....	327
11.2. Регулирование рынка транспортных услуг.....	334
11.3. Формирование тарифов на перевозки железнодорожным транспортом.....	343
11.4. Тарифы на перевозки морским транспортом.....	351
11.5. Тарифы на мультимодальные перевозки.....	370
<i>Практикум</i>	374
Глава 12. Ценообразование в сфере услуг.....	376
12.1. Специфические особенности услуги	376
12.2. Виды цен на услуги.....	380
12.3. Формирование цен в сфере услуг.....	382
<i>Практикум</i>	385
Глава 13. Цены во внешней торговле.....	387
13.1. Понятие мировой цены и особенности ее формирования на различные товары.....	387
13.2. Виды цен мировой торговли.....	391

13.3. Понятие контрактной цены и способ ее фиксации.....	394
13.4. Расчет цен на экспортируемую и импортируемую продукцию.....	397
<i>Практикум</i>	406
Глава 14. Новаторские концепции ценообразования.....	411
14.1. Ассортиментная политика фирмы и ценообразование.....	411
14.2. Пакетное ценообразование.....	413
14.3. Ценообразование с учетом фактора времени.....	417
14.4. Ценообразование и электронная торговля.....	419
<i>Практикум</i>	440
Глава 15. Ценообразование и оценка бизнеса.....	444
<i>Практикум</i>	458
Литература.....	462