



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

Искаков И.Ж.

01 июля 2020 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование

(наименование дисциплины)

Направление подготовки/Специальность 38.03.06 Торговое дело

Квалификация выпускника Бакалавр

Направленность (профиль) Торговое дело

Форма обучения Очная, заочная

(очная, очно-заочная, заочная)

1. Место дисциплины в структуре образовательной программы, входные требования для освоения дисциплины (при необходимости)

Дисциплина «Ценообразование» относится к дисциплинам вариативной части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные обучающимися в рамках дисциплин «Экономическая теория», «Маркетинг». Содержание дисциплины служит основой для освоения дисциплин: «Экономика организации».

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 3 зачетных единиц.

Объем дисциплины	Всего часов	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа (по видам учебных занятий) (всего)	38,5	23,5
Из них:		
Лекции (Лек)	12	8
Практические занятия (Пр)	8	4
Семинарские занятия (Сем)	4	4
Индивидуальные занятия (ИЗ)	6	2
Контроль самостоятельной работы (КСР)	2	3
Контактные часы на аттестацию (КА)	0,5	0,5
Самостоятельная работа под руководством преподавателя (СРП)	6	2
Самостоятельная работа студентов (СР)	69,5	84,5
Вид промежуточной аттестации	Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
Объем часов, отводимых на подготовку к промежуточной аттестации (Контроль)	-	-

3. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Раздел 1 Теоретические основы ценообразования

Тема 1. Общетеоретические положения: предмет и задачи курса

Понятие цены. Теории стоимости, цены, денег и, их значимость в ценообразовании. Функции цены. Учетно-измерительная функция. Информационная функция. Функция согласования спроса и предложения. Закон спроса и предложения. Стимулирующая функция цен, ее использование в ценовой политике государства, региона, фирмы. Распределительная функция цен. Механизмы перераспределения вновь созданной стоимости. Функция перелива капитала. Объективный характер функций цен.

Тема 2. Общая постановка задачи ценообразования на предприятии

Государственное регулирование перечня затрат, включаемых в состав себестоимости. Регулирование норм расхода отдельных статей затрат. Влияние объема производимой и реализуемой продукции на себестоимость единицы продукции, уровень и динамику

себестоимости товара. Учет влияния изменения постоянных расходов в калькуляции на уровень цен. Полная и сокращенная себестоимость. Директ-костинг, маржинал-костинг, стандарт-костинг. Прибыль как обязательный элемент цены. Обоснование прибыли и рентабельности в оптовой цене. Норма рентабельности. Рентабельность изделий и ее значение в условиях регулирования цен. Прибыль в условиях инфляции. Наценки посредников в цене. Снабженческо-сбытовая надбавка (наценка). Торговая надбавка (скидка). Способы их определения. Налоги как элемент цены.

Тема 3. Анализ рыночного спроса и предложения

Факторы спроса, факторы предложения, макроэкономические факторы. Степень монополизации рынка как один из важнейших факторов ценообразования. Ценообразование на рынке свободной конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции. Особенности ценообразования в условиях олигополии и монополии.

Тема 4. Цена, издержки и доходы предприятия

Понятие экономической ценности товара. Условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования. Последовательность этапов определения экономической ценности товара. Метод текущей цены. Метод «запечатанного конверта» (тендерного ценообразования). Метод определения цены, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка. Эконометрические методы определения цен. Метод удельных показателей. Метод структурной аналогии. Метод регрессионного анализа. Балловый метод. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара. Экспертные методы ценообразования.

Тема 5. Анализ цен и товаров конкурентов

Ценовая политика и ценовая стратегия. Цели ценовой политики предприятия. Дальнейшее существование предприятия. Максимизация прибыли, максимизация оборота, максимизация сбыта, «снятия сливок» (премиальное ценообразование), лидерство в качестве. Жизненный цикл товара и его влияние на ценовую политику предприятия (фирмы). Политика цен на стадии разработки и вступления товара на рынок. Цели ценовой политики на стадии роста, стадии «зрелости» товара, стадии падения. Ценовая стратегия. Выбор типа ценовой стратегии. Основные стратегии ценообразования. Стратегия высоких цен. Стратегия средних цен (нейтральное ценообразование). Стратегия низких цен (стратегия ценового прорыва). Стратегия целевых цен. Стратегия льготных цен. Стратегия «связанного» ценообразования. Стратегия «следования за лидером». Стратегия неизменных цен. Стратегия неокругленных (психологических) цен. Ценовые линии.

Раздел 2. Методика расчёта и регулирования цен

Тема 6. Методы расчёта цены товара

Понятие базовой цены и нижняя и верхняя границы базовой цены. Общая схема расчета цены. Постановка целей и задач ценообразования. Определение спроса. Оценка издержек производства. Анализ цен и качества товаров конкурентов. Выбор метода ценообразования. Расчет исходной цены. Учет дополнительных факторов. Установление окончательной цены.

Тема 7. Оперативное регулирование цены

Виды цен. Характеристика цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые цены, закупочные цены, розничные цены. Характеристика цен по степени участия государства в их формировании. Сфера применения регулируемых цен. Понятие «свободные рыночные цены». Характеристика цен по способу установления, фиксации в контракте (договоре). Цены твердые, подвижные, скользящие. Распределение риска потерь от инфляции. Расчет скользящих цен.

Характеристика цен по способу получения информации. Виды справочных цен, сфера применения. Расчетные цены. Характеристика цен по способу отражения фактора времени. Цены текущие, средние, сопоставимые. Способы расчета средних цен. Приведение цен в сопоставимый вид. Индекс инфляции. Индексы цен. Относительные цены.

Тема 8. Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений

Вопросы определения цен при заключении договора в Гражданском кодексе РФ. Изменения цен после заключения договора. Цены в отдельных видах договоров. Цена в договорах подряда. Роль налоговых органов в регулировании цен. Понятие рыночной цены для целей налогообложения. Определение границ товарного рынка, идентичности товаров, сопоставимости условий продаж. Способы определения рыночной цены. Цели и методы государственного регулирования цен. Субъекты ценообразования. Формирование нормативно-законодательной базы рыночного ценообразования в России. Основные нормативные документы по ценообразованию. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий. Уровни и способы прямого регулирования цен. Регулирование цен продукции производственно-технического назначения, товаров и услуг на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации. Региональные аспекты ценообразования. Опыт государственного регулирования цен за рубежом.

4. Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины

4.1 Рекомендуемые образовательные технологии

В преподавании дисциплины «Ценообразование» используются разнообразные образовательные технологии как традиционного, так и инновационного характера, учитывающие практический характер дисциплины:

- лекции;
- практические и семинарские занятия;
- дискуссии;
- выступления с докладами и сообщениями;
- тестирование;
- практические задачи и задания, в том числе задачи-кейсы;
- деловые игры.

4.2 Методические рекомендации для обучающихся по освоению дисциплины

Теоретические занятия

Лекция 1. Тема 1. 1.1. . Общетеоретические положения: предмет и задачи курса.

Рассмотреть общетеоретические положения: предмет и задачи курса

Лекция 2. Тема 1.2. Общая постановка задачи ценообразования на предприятии.

Рассмотреть задачи ценообразования на предприятии

Лекция 3. Тема 1.3. Анализ рыночного спроса и предложения

Проанализировать основы рыночного спроса и предложения

Лекция 4. Тема 1.4. Цена, издержки и доходы предприятия.

Рассматриваются условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования.

Лекция 5. Тема 1.5 Анализ цен и товаров конкурентов

Рассматриваются цели ценовой политики предприятия, максимизация прибыли, максимизация оборота, максимизация сбыта, «снятия сливок» (премиальное ценообразование), лидерство в качестве.

Лекция 6. Тема 2.6. Методы расчёта цены товара.

Рассматривается базовая цена, нижняя и верхняя границы базовой цены, общая схема расчета цены.

Лекция 7. Тема 2.7. Оперативное регулирование цены

Представление о видах цен, характеристика цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые цены, закупочные цены, розничные цены.

Лекция 8. Тема 2.8. Особенности ценообразования с учетом внешних ограничений.

Рассматриваются вопросы определения цен при заключении договора, изменения цен после заключения договора.

Практические занятия

Занятие 1

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

1. Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 5 руб., если текущая цена товара 60 руб.; планируемый объем продаж – 1 млн. штук; показатель эластичности спроса по цене – 1,5

2. Определите, выгодно ли производителю снизить цену на 30 руб., если - текущая цена товара 400 руб.; - планируемый объем продаж – 1,5 млн. штук; показатель эластичности спроса по цене – 1,3.

3. Определите, выгодно ли производителю повысить цену на 10 руб., если - текущая цена товара 250 руб.; - планируемый объем продаж – 190 тыс. штук; показатель эластичности спроса по цене – 1,45.

4. Определите дуговой коэффициент эластичности спроса по цене, если известно, что при цене 20 руб. объем спроса на товар – 600 ед., а при цене 30 руб. – 400 ед. Если продавец стремится к увеличению выручки от продажи данного товара, то что ему следует сделать в данных условиях – повысить или понизить цену?

5. Определите возможное изменение выручки в результате повышения цены на 15%, если коэффициент эластичности спроса по цене данного товара равен 2,5.

Занятие 2

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

1. Эластичность спроса по цене на продукцию предприятия равна 1,75. Определите последствия снижения цены на 1 рубль, если до этого снижения объем реализации составлял – 10 000 шт., текущая цена – 17,5 руб./шт.; общие затраты на весь объем производства – 100 000 руб.; в том числе постоянные затраты – 20 000 руб.

2. Эластичность спроса по цене на продукцию предприятия равна 1,5. Определите последствия снижения цены на 5 рублей, если до этого снижения объем реализации составлял –

34 000 шт., текущая цена – 20 руб./шт.; - общие затраты на весь объем производства – 300 000 руб.; - в том числе постоянные затраты – 60 000 руб.

3. Эластичность спроса по цене на продукцию предприятия равна 1,1. Определите последствия снижения цены на 2 руб., если до этого снижения объем реализации составлял – 14 000 шт., текущая цена – 11 руб./шт.; - общие затраты на весь объем производства – 88 000 руб.; - в том числе постоянные затраты – 60 000 руб.

Занятие 3

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

Необходимо исследовать влияние снижения цен на прибыльность с точки зрения эластичности спроса и доли переменных и постоянных затрат.

Исходные данные: Предполагается уменьшение цены на 50у.е., прибыль, получаемая от продажи 1 товара по старой цене составляет 150 у.е, себестоимость 1 товара 2300 у.е., доля переменных затрат в полной себестоимости составляет 0,8 . При какой величине эластичности спроса по цене прибыль сохраниться на прежнем уровне при снижении цен на определенную величину? Решить эту задачу , если доля переменных затрат в полной себестоимости составляет 0,2.

Занятие 4

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

На основании информации о продаже шин компанией «Диск» в течение месяца рассчитать общий коэффициент эластичности.

В среде MS Excel осуществить ввод по образцу рис 1.

	A	B	C	D	E
1	Статистика продаж шин компании "Диск"				
2	№	Объем продаж ед.	Цена руб.	Относительное отклонение объема продаж от среднего	Относительное отклонение цен от средней цены
3	1	1000	1300		
4	2	980	1400		
5	3	870	1600		
6	4	800	1850		
7	5	750	1800		
8	6	500	2600		
9	7	700	2400		
10	8	350	2900		
11	9	370	2700		
12	10	300	3000		
13	11	110	3600		
14	Среднее значение				
15					
16					

Рис. 1 Статистика продаж шин компании «Диск»

Расчет среднего объема продаж и средней цены

- В ячейку B14 ввести формулу =СРЗНАЧ(B3:B13)
- В ячейку C14 ввести формулу =СРЗНАЧ(C3:C13)

Рассчитать относительное отклонение объема продаж от среднего и относительное отклонение цены от средней.

- В ячейку D3 ввести формулу =(B3-\$B\$14)/\$B\$14
- Размножить формулу на диапазон D4:D13
- В ячейку E3 ввести формулу =(C3-\$C\$14)/\$C\$14

- Размножить формулу на диапазон E4:E13
- Рассчитать средние абсолютные значения отклонений.
- В ячейку D14 ввести формулу =СРОТКЛ(D3:D13)
- В ячейку E14 ввести формулу =СРОТКЛ(E3:E13)
- Рассчитать общий коэффициент эластичности .
- В ячейку D17 ввести Коэффициент эластичности=
- В ячейку D18 ввести формулу =D14/E14

Сделать вывод об эластичности товара

Занятие 5

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

Высшее учебное заведение осуществляет подготовку специалиста с полным возмещением затрат по трем специальностям. Определить как измениться спрос на каждую из специальностей под влиянием изменений цен на одну из них, как измениться выручка под влиянием изменения цен.

В среде MS Excel осуществить ввод по образцу рис. 2.

	А	В	С	Д
3	Показатель	Финансы и кредит	Налоги и налогообложение	Менеджмент организации
4	Базовая цена	40000	36000	36000
5	Новая цена	50000	36000	36000
6	Объем спроса базовый	40	36	35
7	Коэффициент эластичности спроса по цене	-1,5	-2	-2,30
8	Коэф перекрестной эластичности		1,2	0,5
9	Новый объем спроса			
10				
11				
12				
13			Выручка по базовому варианту	
14			Выручка после изменения цены	
15			Изменение выручки	
16				

Рис 2. Исходные данные задания

Выполнить расчет промежуточной информации

- В ячейку A11 ввести текст $(p_2 - p_1) / (p_2 + p_1)$
- В ячейку C11 ввести формулу $=(B5 - B4) / (B4 + B5)$

Выполнить расчет нового объема спроса

- В ячейку B9 ввести формулу $=B6 * (B7 * \$C\$11 + 1) / (1 - B7 * \$C\$11)$
- В ячейку C9 ввести формулу $=C6 * (C8 * \$C\$11 + 1) / (1 - C8 * \$C\$11)$
- В ячейку D9 ввести формулу $=D6 * (D8 * \$C\$11 + 1) / (1 - D8 * \$C\$11)$

Как изменился суммарный спрос?

Произвести расчет выручки до изменения цены и после. Сравнить результаты. Сделать выводы.

Занятие 6

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

1. Предприятие производит хлопчатобумажные ткани и имеет собственный фирменный магазин по их продаже. Отпускная цена предприятия 1 м ткани составила 20 руб. (с учетом НДС). Выполнить расчет розничной цены в фирменном магазине, если торговая наценка составляет 15%.

2. Предприятие настаивает на том, чтобы его ткань, продавалась в розничной торговле (собственный фирменный магазин) по цене 25 руб., предлагая в данном случае 10%-ную скидку от розничной цены. Определить оптовую отпускную цену.

3. Предприятие осуществляет продажу тканей снабженческо-сбытовой организации. Розничный продавец самостоятельно определяет цену конечной продажи. Отпускная цена предприятия с НДС 1м ткани составила 20 руб., снабженческо-сбытовая надбавка — 20%, торговая наценка — 15%. Определить розничную цену и цену закупки 1 м ткани .

4. Посредник настаивает на том, чтобы ткань, продавалась в розничной торговле по цене 30 руб., предлагая в данном случае 15%-ную скидку от розничной цены предприятию розничной торговли. Определить цену.

Занятие 7

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

1. Определите, имеет ли смысл заниматься посреднической деятельностью, если цена закупки - 100 000 руб., издержки обращения составляют 50 000 руб.; минимально приемлемая рентабельность – 20%; максимально возможная цена реализации – 180 000 руб.

2. Определите, имеет ли смысл заниматься посреднической деятельностью, если оптовая цена закупки - 77 000 руб., издержки обращения составляют 23 000 руб.; минимально приемлемая рентабельность – 16%; максимально возможная цена реализации – 85 000 руб.

3. Рассчитайте цену товара на момент исполнения договора исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора составила 1200 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора - 20%, доля сырья – 35%. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора – 450 руб., заработная плата на момент заключения договора – 2200 руб., на момент исполнения договора – 3300 руб.

Занятие 8

Решить следующие задачи. Проанализировать результаты расчетов и сделать выводы.

1. Рассчитайте оптовую цену закупки, исходя из следующих данных: оптовая отпускная цена единицы товара 7080 руб., издержки обращения посредника – 700 руб. на единицу товара; рентабельность, планируемая посредником 30%, НДС для посредника 18%.

2. Рассчитать ржаного хлеба высшего сорта, исходя из следующих данных: - стоимость ржи (1 кг) – 8 руб.; - издержки элеватора – 5 руб.; норма прибыли элеватора – 18%; - издержки мельниц – 10 руб.; - рентабельность затрат мельниц – 20%; - издержки хлебозаводов – 6 руб.; - норма прибыли хлебозавода – 40%; норма выхода готового продукта 150%; - НДС – 10%; - Определить отпускную цену 1 кг хлеба с НДС.

3. Рассчитать розничную цену 1 кг пшеничного хлеба высшего сорта, исходя из следующих данных: - стоимость пшеницы (1 кг) – 5 руб.; - издержки элеватора – 1,2 руб. - рентабельность затрат элеватора – 20%; - издержки мельниц – 1,5 руб.; - рентабельность затрат мельниц – 20%; - издержки хлебозаводов – 1,6 руб.; - рентабельность затрат хлебозаводов – 30%; - оптовая цена 1 кг хлеба (при норме выхода продукта 140%) неизвестна, НДС – 10%; отпускная цена 1 кг хлеба с НДС – неизвестна, - торговая надбавка – 25%.

Семинарские занятия

Занятие 1.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие цены.
2. Теории стоимости, цены, денег и, их значимость в ценообразовании.
3. Функции цены.

Примерные темы дискуссий:

1. Учетно-измерительная функция.
2. Информационная функция.
3. Функция согласования спроса и предложения.
4. Стимулирующая функция цен, ее использование в ценовой политике государства, региона, фирмы.
5. Распределительная функция цен.
6. Функция перелива капитала.

Занятие 2.

Вопросы для обсуждения

1. Государственное регулирование перечня затрат, включаемых в состав себестоимости.
2. Регулирование норм расхода отдельных статей затрат.
3. Влияние объема производимой и реализуемой продукции на себестоимость единицы продукции, уровень и динамику себестоимости товара.
4. Учет влияния изменения постоянных расходов в калькуляции на уровень цен.
5. Полная и сокращенная себестоимость.

Примерные темы дискуссий:

1. Директ-костинг, маржинал-костинг, стандарт-костинг.
2. Прибыль как обязательный элемент цены.
3. Обоснование прибыли и рентабельности в оптовой цене.
4. Норма рентабельности.
5. Рентабельность изделий и ее значение в условиях регулирования цен.
6. Прибыль в условиях инфляции.
7. Наценки посредников в цене.
8. Снабженческо-сбытовая надбавка (наценка).
9. Торговая надбавка (скидка).
10. Способы их определения.
11. Налоги как элемент цены.

Занятие 3.

Вопросы для обсуждения

1. Факторы спроса, факторы предложения, макроэкономические факторы.
2. Ценообразование на рынке свободной конкуренции.
3. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.

Примерные темы дискуссий:

1. Степень монополизации рынка как один из важнейших факторов ценообразования.
2. Особенности ценообразования в условиях олигополии и монополии.

Занятие 4.

Вопросы для обсуждения

1. Понятие экономической ценности товара.
2. Условия и предпосылки применения ценностных (маркетинговых) методов ценообразования.
3. Последовательность этапов определения экономической ценности товара.
4. Параметрическое ценообразование при одновременном изменении нескольких характеристик товара.

Примерные темы дискуссий:

1. Метод текущей цены.
2. Метод «запечатанного конверта» (тендерного ценообразования).
3. Метод определения цены, ориентированный на нахождение равновесия между издержками производства и состоянием рынка.
4. Эконометрические методы определения цен.
5. Метод удельных показателей.
6. Метод структурной аналогии.
7. Метод регрессионного анализа.
8. Балловый метод.
9. Экспертные методы ценообразования.

Занятие 5.

Вопросы для обсуждения

1. Ценовая политика и ценовая стратегия.
2. Жизненный цикл товара и его влияние на ценовую политику предприятия (фирмы).
3. Основные стратегии ценообразования.
4. Максимизация прибыли, максимизация оборота, максимизация сбыта, «снятия сливок» (премиальное ценообразование), лидерство в качестве.

Примерные темы дискуссий:

1. Цели ценовой политики предприятия.
2. Стратегия высоких цен.
3. Стратегия средних цен (нейтральное ценообразование).
4. Стратегия низких цен (стратегия ценового прорыва).
5. Стратегия целевых цен.
6. Стратегия льготных цен.
7. Стратегия «связанного» ценообразования.
8. Стратегия «следования за лидером».
9. Стратегия неизменных цен.
10. Стратегия неокругленных (психологических) цен.
11. Ценовые линии.

Занятие 6 .

Вопросы для обсуждения

1. Понятие базовой цены и нижняя и верхняя границы базовой цены.
2. Определение спроса.
3. Оценка издержек производства.
4. Выбор метода ценообразования.

Примерные темы дискуссий:

1. Общая схема расчета цены.
2. Постановка целей и задач ценообразования.

3. Анализ цен и качества товаров конкурентов.
4. Расчет исходной цены.
5. Учет дополнительных факторов.
6. Установление окончательной цены.

Занятие 7.

Вопросы для обсуждения

1. Виды цен.
2. Характеристика цен в зависимости от стадии товародвижения: оптовые цены, закупочные цены, розничные цены.
3. Характеристика цен по степени участия государства в их формировании.
4. Сфера применения регулируемых цен.
5. Индекс инфляции.
6. Индексы цен.
7. Относительные цены.

Примерные темы дискуссий:

1. Понятие «свободные рыночные цены».
2. Характеристика цен по способу установления, фиксации в контракте (договоре).
3. Цены твердые, подвижные, скользящие.
4. Распределение риска потерь от инфляции.
5. Расчет скользящих цен.
6. Характеристика цен по способу получения информации.
7. Виды справочных цен, сфера применения.
8. Расчетные цены.
9. Характеристика цен по способу отражения фактора времени.
10. Цены текущие, средние, сопоставимые.
11. Способы расчета средних цен.
12. Приведение цен в сопоставимый вид.

Занятие 8.

Вопросы для обсуждения

1. Вопросы определения цен при заключении договора в Гражданском кодексе РФ.
2. Цены в отдельных видах договоров.
3. Цена в договорах подряда.
4. Роль налоговых органов в регулировании цен.
5. Понятие рыночной цены для целей налогообложения.
6. Способы определения рыночной цены.
7. Субъекты ценообразования.

Примерные темы дискуссий:

1. Изменения цен после заключения договора.
2. Определение границ товарного рынка, идентичности товаров, сопоставимости условий продаж.
3. Цели и методы государственного регулирования цен.
4. Формирование нормативно-законодательной базы рыночного ценообразования в России.
5. Основные нормативные документы по ценообразованию.
6. Государственное регулирование цен на продукцию естественных монополий.

7. Уровни и способы прямого регулирования цен.
8. Регулирование цен продукции производственно-технического назначения, товаров и услуг на федеральном уровне и на уровне субъектов федерации.
9. Региональные аспекты ценообразования.
10. Опыт государственного регулирования цен за рубежом.

4.3 Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Самостоятельная работа студентов включает усвоение теоретического материала, подготовку к практическим (семинарским) занятиям, выполнение самостоятельных заданий, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

В рамках изучения дисциплины могут быть предусмотрены встречи обучающихся с участием представителей российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций и проведение мастер-классов экспертов.

Контроль за выполнением самостоятельной работы ведется в процессе изучения курса преподавателем на практических занятиях, а так же при проверке индивидуальных заданий и письменных работ.

Управление самостоятельной работой студента

Формы управления самостоятельной работой:

- консультирование;
- проверка части выполненной работы;
- предложение списка рекомендованной литературы;

План самостоятельной работы:

- повторение материала, подготовка к практическим и семинарским занятиям.

Вопросы для самоконтроля

1. Цена как экономическая категория.
2. Функции цен.
3. Ценообразующие факторы, их понятие и виды
4. Издержки и их классификация.
5. Фактор спроса и его влияние на цену.
6. Конкуренция и ее влияние на цены.
7. Факторы снижения и повышения цен.
8. Влияние экономической политики государства на формирование цен.
9. Ценовая политика, ее цели.
10. Методы установления цен.
11. Характеристика каждого из методов ценообразования, их преимущества и недостатки.
12. Понятие ценовой стратегии.
13. Этапы разработки ценовой стратегии.
14. Стратегический анализ в ценообразовании.
15. Виды ценовых стратегий.
16. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии.
17. Стратегия премиального ценообразования («снятия сливок»).
18. Стратегия ступенчатых цен.

19. Стратегия ценового прорыва (пониженных цен, постепенного проникновения на рынок).
20. Стратегия нейтрального ценообразования.
21. Система скидок с цен и их значение для стимулирования реализации товаров (работ, услуг).
22. Ценовые модификации: «дискриминационное ценообразование», «географическое ценообразование», «психологическое ценообразование».
23. Себестоимость продукции, ее сущность и значение для ценообразования.
24. Методы определения себестоимости отдельных видов продукции («исключения затрат», «распределения затрат», метод коэффициентов, комбинированный метод).
25. Прибыль и косвенные налоги как элементы цены товара.
26. Монопольные цены
27. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования.
28. Свободные розничные цены, порядок их установления, применения и фиксирования.
29. Цены комиссионной торговли непродовольственными товарами как разновидность розничных цен.
30. Ценообразование и ценовая политика в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе.
31. Особенности ценообразования на рынке транспортных услуг.
32. Ценообразование на рынке научно-технической продукции.
33. Цены на социальные услуги.
34. Цены на рынке труда.
35. Цена земли.
36. Цены на рынке недвижимости.
37. Формирование цен на товарных биржах.
38. Цены в системе страхования.
39. Сущность регулируемых цен и их роль в развитии экономики
40. Методы регулирования цен.
41. Методы административного регулирования цен в России.
42. Экономические и административные методы регулирования цен.
43. Регулирование цен на продукцию и услуги естественных монополий.
44. Регулирование цен на отдельные виды продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, лекарственных средств.
45. Мировая цена, ее определение.
46. Факторы, влияющие на формирование мировых цен.
47. Особенности и стадии формирования мировых цен.
48. Виды мировых цен и их классификация.
49. Цены на импортные товары в общей системе ценообразования
50. Методы определения таможенной стоимости

5. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

5.1 Перечень оценочных средств

Оценочные средства представляют собой задания, обязательные для выполнения студентом, позволяющие ему приобрести теоретические знания, практически умения (навыки) и опыт, а также решать задачи, связанные с будущей профессиональной деятельностью. Включают в себя задания для текущего контроля уровня успеваемости, оценивающие ход освоения учащимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

Деловая игра «Ценовая политика предприятия и ее обоснование»

В современной рыночной экономике особую значимость для коммерческих организаций приобретает цена на выпускаемую продукцию, работы, услуги как регулятор товарно-денежных отношений между производителями и потребителями, продавцами и покупателями. Проблемам ценообразования в РФ посвящена данная деловая игра (ситуация).

Целью деловой игры (ситуации) является разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка, обеспечивающей его устойчивое положение на рынке, имидж и высокую доходность от предпринимательской деятельности.

Деловая игра (ситуация) проводится с целью закрепления теоретических знаний студентов по рассматриваемой проблеме, развития их самостоятельного мышления, творческой активности, умения общаться и работать в группе.

Деловая игра (ситуация) проводится после окончания чтения курса лекций и проведения практических и семинарских занятий по данной дисциплине.

Деловая игра (ситуация) проводится в 3 этапа, продолжительность её проведения 2-4 часа.

Первый этап – организационный, на котором преподаватель знакомит студентов учебной группы с целью, содержанием и порядком проведения деловой игры.

Учебная группа разбивается на подгруппы по 3-5 человек, в каждой из подгрупп выбирается лидер, в обязанности которого входит организация работы подгруппы в ходе проведения деловой игры (ситуации), формирование коллективного мнения, представление мнения, подгруппы во время обсуждения вопросов по рассматриваемой проблеме.

На **втором этапе**, на который отводится 30-40 минут, преподаватель предлагает студентам провести обсуждение следующих вопросов:

1. Что такое цена и её функции в условиях рынка?
2. Виды цен и их особенности.
3. Факторы, влияющие на уровень цены.
4. Методы формирования цен.
5. Требования, предъявляемые к ценам.
6. Что означает активное и пассивное ценообразование?
7. Издержки производства, включаемые в цену изделия.
8. Какова цель и задачи индексации потребительских цен?
9. Ценовые стратегии, их цели и задачи.
10. Какова должна быть ценовая политика предприятия в условиях рынка?

Преподаватель по каждому из предлагаемых вопросов предоставляет слово для ответа участникам деловых подгрупп, организует дискуссию по обсуждаемой проблеме, делает соответствующие поправки, замечания на правильность ответов. С целью развития у студентов соревновательности и творческого подхода в ходе игры преподаватель осуществляет соответствующую балльную оценку за правильно аргументированные ответы на задаваемые вопросы. Для этих целей преподаватель может привлекать в качестве экспертов, оценивающих качество и правильность ответов, студентов-участников игровых подгрупп.

Оценка результатов производится по следующей балльной оценке:

- правильный и полный ответ – 5 баллов;
- правильный, но недостаточно полный ответ – 4 балла;
- неправильный ответ – 3 балла.

Третий этап проведения деловой игры (ситуации) – каждая подгруппа студентов разрабатывает проект ценовой стратегии ценовой политики предприятия с учётом проектируемой его сферы деятельности, выбранного вида продукции (работ, услуг), предположительного спроса и предложения на производимую продукцию. При разработке программ подгруппы могут основное внимание уделить рассмотрению методологических аспектов формирования цены на выпускаемую продукцию, выбору наиболее эффективного метода, например метода безубыточности или целевой прибыли; использованию в практических расчётах при установлении цены предельных издержек. При разработке проекта ценовой политики подгруппы могут рассмотреть такие направления её реализации как: формирование «высоких» цен на отдельные виды продукции, либо «средних» цен на выпускаемую продукцию, либо уменьшение цены за счёт снижения издержек производства на единицу продукции и увеличение объёма продаж этой продукции, установление системы скидок. Среди направлений реализации ценовой политики предприятия могут быть также учтены следующие моменты: информационное обеспечение процесса разработки цен, использование вычислительной техники, уровень подготовленности специалистов, осуществляющих формирование цен.

При разработке ценовой стратегии предприятия игровыми группами могут быть рассмотрены различные варианты формирования издержек производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учётом разных объёмов производства продукции.

В качестве вариантов формирования издержек могут быть рассмотрены статьи затрат, включаемых в себестоимость 1 литра бутылки растительного масла.

Калькуляция себестоимости 1 литра растительного масла

Статьи затрат	Объём производства в месяц, литров	
	600 000	900 000
1. Стоимость бутылки: - преформа - колпачок - лоток - плёнка - этикетка	2,03	2,03
2. Заработная плата рабочих с начислениями, руб. в расчёте на 1 литр- всего.	14,5	13,6
3. Амортизация основных средств, руб. в расчёте на 1 литр	4,0	3,8
4. Электроэнергия, руб.	3,6	3,2
5. Стоимость закупаемого сырья, руб.	14,6	15,2
6. Накладные расходы в расчёте на 1 л., руб.	6,0	5,8
7. Себестоимость 1 л. масла, руб.	44,73	43,63

На основании приведённых данных игровым группам предлагается произвести расчёт основных финансовых показателей предприятия при разных вариантах объёма производства. Расчёты основных финансовых показателей можно представить в виде следующей таблицы:

Основные финансовые показатели предприятия (в рублях)

№ п/п	Показатели	Объём производства в месяц, бутылок	
		600 000	900 000
1	Цена оптовая	52,0	52,0
2	Себестоимость объёма реализации		
3	Выручка от реализации		
4	Валовой доход (стр. 3 – стр. 2)		
5	Налог на пользователей автодорог (2% от валового дохода)		
6	Балансовая прибыль (стр. 4 – стр. 5)		
7	Налог на прибыль (20,0% от балансовой прибыли)		
8	Чистая прибыль, остающаяся у предприятия (стр. 6 – стр. 7)		
9	Рентабельность, в % к себестоимости (стр.6, стр.2)х 100)		

Проведённые расчёты позволяют группам определить основные направления по формированию ценовой политики предприятия в условиях рынка. Каждая игровая группа может представить для обсуждения свой проект ценовой политики.

Для иллюстративности и наглядности обсуждения представленных проектов подгруппы могут подготовить графическую часть, схемы или другой наглядный иллюстративный материал.

После обсуждения предложенных подгруппами проектов ценовой политики преподаватель производит их оценку с учётом содержательности, конкретности, реальности. Учитывается также активность участников подгрупп в обсуждении представляемых проектов.

На третий этап деловой игры (ситуации) отводится 40-50 минут.

В заключении деловой игры преподаватель обобщает её итоги, даёт оценку общих результатов работ игровых подгрупп.

Темы докладов (сообщений)

1. Цена и ее функции

2. Система и виды цен
3. Факторы рыночного ценообразования
4. Модель рыночного ценообразования
5. Характеристика типа рынка продукции предприятия
6. Ценовая политика и ценовые стратегии предприятия
7. Выработка ценовой стратегии предприятия
8. Цена и равновесие рынка
9. Условия общего изменения спроса и предложения
10. Методы построения уравнений спроса и предложения
11. Эластичность спроса и предложения от цены
12. Анализ совокупных затрат на производство и реализацию продукции
13. Анализ структуры издержек
14. Влияние цены на динамику доходов предприятия
15. Учёт в ценообразовании потребительского выбора
16. Кривые безразличия и замещаемость товаров-аналогов
17. Анализ уровня конкурентоспособности товаров-аналогов
18. Классификация методов ценообразования
19. Расчётные методы ценообразования
20. Нормативно-параметрические методы расчёта цены товара
21. Рыночные методы ценообразования
22. Методы дифференциации цен
23. Цена товара при различных условиях оплаты
24. Особенности формирования импортно-экспортных цен
25. Меры государственного воздействия на процессы ценообразования
26. Особенности формирования цен на различных типах рынков
27. Учет предпринимательских рисков в ценообразовании

Задачи-кейсы

Задача 1

На основе приведенных ниже исходных данных таблицы 1 необходимо рассчитать:

- валовые издержки (совокупные) – ТС;
- средние издержки АС;
- предельные (маржинальные) – МС.

Исходные данные для расчета:

Таблица 1

Количество изделий, штук – Q	Постоянные издержки, тыс. руб. – TC ₁	Переменные издержки, тыс. руб. – TC ₂
0	1 800	0
1 000	1 800	1 400
2 000	1 800	2 000
3 000	1 800	2 800
4 000	1 800	3 340
5 000	1 800	3 800
6 000	1 800	4 400
7 000	1 800	5 200
8 000	1 800	6 300
9 000	1 800	7 800
10 000	1 800	10 600

Методические указания по решению задачи

Валовые (совокупные) издержки (ТС) рассчитываются суммированием постоянных (ТС₁) и переменных издержек (ТС₂) по каждой позиции.

Таблица 2

Количество изделий, штук – Q	Валовые издержки, тыс. руб. – TC
0	1 800 + 0 = 1 800
1000	1 800 + 1 400 = 3 200
2 000	1 800 + 2 000 = 3 800
3 000	1 800 + 2 800 = 4 600
4 000	1 800 + 3 340 = 5 140
5 000	1 800 + 3 800 = 5 600
6 000	1 800 + 4 400 = 6 200
7 000	1 800 + 5 200 = 7 000
8 000	1 800 + 6 300 = 8 100
9 000	1 800 + 7 800 = 9 600
10 000	1 800 + 10 600 = 12 400

Средние издержки рассчитываются на единицу продукции (АС) отношением валовых (совокупных) издержек – ТС к количеству изделий – Q по формуле:

$$AC = \frac{TC}{Q}$$

Таблица 3

Количество изделий, штук – Q	Средние издержки, на ед. Продукции, руб. – АС
0	-
1000	3 200 000 / 1 000 = 3 200
2 000	3 800 000 / 2 000 = 1 900
3 000	4 600 000 / 3 000 = 1 533
4 000	5 140 000 / 4 000 = 1 285
5 000	5 600 000 / 5 000 = 1 120
6 000	6 200 000 / 6 000 = 1 033
7 000	7 000 000 / 7 000 = 1 000
8 000	8 100 000 / 8 000 = 1012
9 000	9 600 000 / 9 000 = 1 067
10 000	12 400 000 / 10 000 = 1 240

Предельные (маржинальные) издержки – МС – на единицу продукции рассчитываются отношением прироста валовых издержек – ΔТС – к приросту объема выпуска – ΔQ – по формуле:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$$

Таблица 4

Количество изделий, штук – Q	Предельные издержки, тыс. руб. – МС
0	-
1000	3 200-1 800=1 400/1 000=1 400
2 000	3 800-3 200=600/1 000=600
3 000	4 600-3 800=800/1 000=800
4 000	5 140-4 600=540/1 000=540
5 000	5 600-5 140=460/1 000=460
6 000	6 200-5 600=600/1 000=600
7 000	7 000-6 200=800/1 000=800
8 000	8 100-7 000=1 100/1 000=1 100
9 000	9 600-8 100=1 500/1 000=1 500
10 000	12 400-9 600=2 800/1 000=2 800

Задача 2

На основе приведенных данных таблицы 5 необходимо рассчитать статьи калькуляции себестоимости и цену единицы продукции.

Исходные данные для расчета:

Таблица 5

№ п/п	Наименование статей	Условные обозначения	Значения показателя
1	Сырье и материалы, руб.	C_m	123 005
2	Вспомогательные материалы, руб.	C_v	6 466
3	Электроэнергия на технологические цели, руб.	$C_э$	426
4	Основная зарплата производственных рабочих, руб.	Z_p	16 192
5	Отчисления на социальное страхование, в % к основной зарплате	$P_{отч}$	34,0
6	Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования, в % к основной зарплате рабочих	$P_{сод}$	40
7	Общехозяйственные расходы, в % к основной зарплате рабочих	$P_{общ}$	180
8	Коммерческие расходы, в % к производственной себестоимости	$P_{ком}$	20
9	Рентабельность, % к полной себестоимости	P_c	20
10	Налог на добавленную стоимость, %	$P_{ндс}$	18

Методические указания по решению задачи

Рассчитывается величина отчислений на социальное страхование по следующей формуле:

$$Z_{отч} = \frac{Z_p \times P_{отч}}{100},$$

где $P_{отч}$ – сумма отчислений на основную зарплату производственных рабочих, руб.

$$Z_{отч} = \frac{16192 \times 34,0}{100} = 5505 \text{ руб.}$$

Рассчитывается величина расходов на содержание и эксплуатацию оборудования по формуле:

$$Z_{сод} = \frac{Z_p \times P_{сод}}{100},$$

где $Z_{сод}$ – затраты на содержание и эксплуатацию оборудования, руб.

$$Z_{сод} = \frac{16192 \times 40}{100} = 6477 \text{ руб.}$$

Рассчитывается величина общехозяйственных расходов по формуле:

$$Z_{общ} = \frac{Z_p \times P_{общ}}{100},$$

где $Z_{общ}$ – общехозяйственные расходы, руб.

$$Z_{общ} = \frac{16192 \times 180}{100} = 29146 \text{ руб.}$$

Рассчитывается производственная себестоимость ($C_{пр}$) по формуле:

$$C_{пр} = C_m + C_v + C_э + Z_p + Z_{отч} + Z_{сод} + Z_{общ},$$

$$C_{\text{спр}}=123\,005+6\,466+426+16\,192+5\,505+6\,477+29\,146=187\,217 \text{ руб.}$$

Рассчитывается величина коммерческих расходов по формуле:

$$Z_{\text{ком}} = \frac{C_{\text{спр}} \times P_{\text{ком}}}{100},$$

где $Z_{\text{ком}}$ – величина коммерческих расходов, руб.

$$Z_{\text{ком}} = \frac{187217 \times 20}{100} = 37\,443 \text{ руб.}$$

Рассчитывается полная себестоимость изделия ($C_{\text{пол}}$) по формуле:

$$C_{\text{пол}} = C_{\text{спр}} + Z_{\text{ком}},$$

где $C_{\text{пол}}$ – полная себестоимость изделия, руб.

$$C_{\text{пол}} = 187\,217 + 37\,443 = 224\,660$$

Рассчитывается величина прибыли в оптовой цене изделия по формуле:

$$П = \frac{C_{\text{пол}} \times P_c}{100},$$

где $П$ – прибыль в оптовой цене изделия, руб.

$$П = \frac{224660 \times 20}{100} = 44\,932 \text{ руб.}$$

Рассчитывается оптовая цена изделия «А» по формуле:

$$Ц_{\text{опт}} = C_{\text{пол}} + П,$$

где $Ц_{\text{опт}}$ – оптовая цена изделия, руб.

$$Ц_{\text{опт}} = 224\,660 + 44\,932 = 269\,592 \text{ руб.}$$

Рассчитывается сумма налога на добавленную стоимость (НДС) по формуле:

$$\text{НДС} = \frac{Ц_{\text{опт}} \times P_{\text{ндс}}}{100};$$

$$\text{НДС} = \frac{269592 \times 18}{100} = 48\,526 \text{ руб.}$$

Оптово-отпускная (договорная) цена изделия «А» рассчитывается по формуле:

$$Ц_{\text{дог}} = Ц_{\text{опт}} + \text{НДС},$$

$$Ц_{\text{дог}} = 269\,592 + 48\,526 = 318\,118 \text{ руб.}$$

Задача 3

Необходимо рассчитать среднегодовую цену товара, если известно, что цена к началу года была 15 ден. ед. за шт., с 18.03 цену повысили на 10%, а с 20.07 – еще на 12%. Оборот по реализации за год составил 800 тыс. ден. ед., за I кв. – 200 тыс. ден. ед., в том числе за март – 70 тыс. ден. ед., за II кв. – 240 тыс. ден. ед., за июль – 60 тыс. ден. ед.

Методические указания по решению задачи

Определяется цена после повышения. С 18.03 цена стала 16,5 ден. ед., с 20.07 – 18,5 ден. ед.

Определяются средние цены за те месяцы, когда цена изменялась, то есть за март и июль:

$$\text{Средняя цена за март} = \frac{31}{\frac{17}{15} + \frac{14}{16,5}} = 15,7 \text{ ден. ед.}$$

$$\text{Средняя цена за июль} = \frac{31}{\frac{19}{16,5} + \frac{12}{18,5}} = 17,2 \text{ ден. ед.}$$

Определяется среднегодовая цена.

$$\text{Среднегод. цена} = \frac{800}{\frac{130}{15} + \frac{70}{15,7} + \frac{240}{16,5} + \frac{60}{17,2} + \frac{300}{18,5}} = 16,9 \text{ д.ед.}$$

Задача 4

На основе исходных данных, приведенных в таблице 6, необходимо определить:

- индекс цен и изменение товарооборота за счет изменения цен;
- индекс физического объема продукции и изменение товарооборота за счет изменения физического объема;
- индекс стоимостного объема продукции (или индекс товарооборота) и абсолютное его изменение.

Таблица 6

Продукты	Произведено в базисном периоде, шт. q_0	Цена в базисном периоде, руб. p_0	Произведено в отчетном периоде, шт. q_1	Цена в отчетном периоде, руб. p_1
А	5	15	6	13
В	2	10	3	9
С	6	5	7	4,5

Методические указания по решению задачи

Индекс цен рассчитывается по формуле:

$$I_p = \frac{\sum P_1 Q_1}{\sum P_0 Q_1} = \frac{13 \times 6 + 9 \times 3 + 4,5 \times 7}{15 \times 6 + 10 \times 3 + 5 \times 7} = \frac{136,5}{155} = 0,881;$$

Изменение товарооборота за счет изменения цен составит:

$$\sum P_1 Q_1 - \sum P_0 Q_1 = 136,5 - 155 = -18,5 \text{ руб.}$$

Индекс физического объема продукции рассчитывается по формуле:

$$I_q = \frac{\sum Q_1 P_0}{\sum Q_0 P_0} = \frac{6 \times 15 + 3 \times 10 + 7 \times 5}{5 \times 15 + 2 \times 10 + 6 \times 5} = \frac{155}{125} = 1,24$$

Изменение товарооборота за счет изменения физического объема составит:

$$\sum Q_1 P_0 - \sum Q_0 P_0 = 155 - 125 = 30 \text{ руб.}$$

Индекс стоимостного объема продукции рассчитывается по формуле:

$$I_{pq} = \frac{\sum P_1 Q_1}{\sum P_0 Q_0} = \frac{6 \times 13 + 3 \times 9 + 7 \times 4,5}{5 \times 15 + 2 \times 10 + 6 \times 5} = \frac{136,5}{125} = 1,092$$

Изменение объема товарооборота составит:

$$\sum P_1 Q_1 - \sum P_0 Q_0 = 136,5 - 125 = 11,5 \text{ руб.}$$

или $30 - 18,5 = 11,5$ руб.

Задача 5

В отчетном году было продано головных уборов на 800 тыс. руб., меховых изделий – на 3 млн. руб., галантереи – на 400 тыс. руб.

Необходимо определить общий индекс цен на эти товары, если известно, что цены на головные уборы были снижены на 8%, на меха – на 5%, на галантерею – на 10%.

Методические указания по решению задачи

Общий индекс цен на товары рассчитывается по формуле:

$$\frac{\sum R_i Q_i}{\sum \frac{1}{ip} R_i Q_i} = \frac{0,8 + 3 + 0,4}{\frac{0,8}{0,92} + \frac{3}{0,95} + \frac{0,4}{0,9}} = 0,94$$

Задача 6

Необходимо определить:

- а) оптовую цену предприятия;
- б) прибыль предприятия в расчете на одно изделие.

Исходные данные:

- розничная цена изделия – Ц_{роз} – 200 руб.;
- налог на добавленную стоимость – НДС – 40 руб.;
- наценка посреднической организации – Н_{опт} – 20 руб.;
- торговая скидка – Т_{ск} – 15% к розничной цене;
- полная себестоимость изделия – С_{пол} – 90 руб.

Методические указания по решению задачи

Рассчитывается величина торговой скидки – Т_{ск} – по формуле:

$$Т_{ск} = \frac{Ц_{р} \times Т_{ск}\%}{100} = \frac{200 \times 15}{100} = 30 \text{ руб.}$$

Рассчитывается оптовая цена предприятия – Ц_{опт} – вычитанием из розничной цены НДС, оптовой наценки, торговой скидки:

$$Ц_{опт} = Ц_{роз} - НДС - Н_{опт} - Т_{ск} = 200 - 40 - 20 - 30 = 110 \text{ руб.}$$

Прибыль на единицу изделия определяется вычитанием из оптовой цены изделия себестоимости – С_{пол}:

$$П = Ц_{опт} - С_{пол} = 110 - 90 = 20 \text{ рублей.}$$

Примерные оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету с оценкой

1. Цена как экономическая категория.
2. Функции цен.
3. Ценообразующие факторы, их понятие и виды
4. Издержки и их классификация.
5. Фактор спроса и его влияние на цену.
6. Конкуренция и ее влияние на цены.
7. Факторы снижения и повышения цен.
8. Влияние экономической политики государства на формирование цен.
9. Ценовая политика, ее цели.
10. Методы установления цен.
11. Характеристика каждого из методов ценообразования, их преимущества и недостатки.
12. Понятие ценовой стратегии.

13. Этапы разработки ценовой стратегии.
14. Стратегический анализ в ценообразовании.
15. Виды ценовых стратегий.
16. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии.
17. Стратегия премиального ценообразования («снятия сливок»).
18. Стратегия ступенчатых цен.
19. Стратегия ценового прорыва (пониженных цен, постепенного проникновения на рынок).
20. Стратегия нейтрального ценообразования.
21. Система скидок с цен и их значение для стимулирования реализации товаров (работ, услуг).
22. Ценовые модификации: «дискриминационное ценообразование», «географическое ценообразование», «психологическое ценообразование».
23. Себестоимость продукции, ее сущность и значение для ценообразования.
24. Методы определения себестоимости отдельных видов продукции («исключения затрат», «распределения затрат», метод коэффициентов, комбинированный метод).
25. Прибыль и косвенные налоги как элементы цены товара.
26. Монопольные цены
27. Санкции за нарушение антимонопольного законодательства в области ценообразования.
28. Свободные розничные цены, порядок их установления, применения и фиксирования.
29. Цены комиссионной торговли непродовольственными товарами как разновидность розничных цен.
30. Ценообразование и ценовая политика в топливно-энергетическом и минерально-сырьевом комплексе.
31. Особенности ценообразования на рынке транспортных услуг.
32. Ценообразование на рынке научно-технической продукции.
33. Цены на социальные услуги.
34. Цены на рынке труда.
35. Цена земли.
36. Цены на рынке недвижимости.
37. Формирование цен на товарных биржах.
38. Цены в системе страхования.
39. Сущность регулируемых цен и их роль в развитии экономики
40. Методы регулирования цен.
41. Методы административного регулирования цен в России.
42. Экономические и административные методы регулирования цен.
43. Регулирование цен на продукцию и услуги естественных монополий.
44. Регулирование цен на отдельные виды продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, лекарственных средств.

45. Мировая цена, ее определение.
46. Факторы, влияющие на формирование мировых цен.
47. Особенности и стадии формирования мировых цен.
48. Виды мировых цен и их классификация.
49. Цены на импортные товары в общей системе ценообразования
50. Методы определения таможенной стоимости

Тест

Выберите правильные ответы (правильных ответ только один):

1. Какое определение цены наиболее верно в современных условиях хозяйствования
 - а) Цена – денежное выражение стоимости товара
 - б) Цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена
 - в) Цена – количество денег, за которое продавец согласен купить, а покупатель готов продать единицу товара или услуги
 - г) Цена – это количество денег, других товаров и услуг, величина процента, за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги
2. Максимизация массы прибыли – это
 - а) Функция цены
 - б) Задача государственной ценовой политики
 - в) Задача ценовой политики фирмы
 - г) Задача ценовой стратегии фирмы
3. Налоги, включаемые в цену товара, относятся к группе
 - а) Прямых налогов
 - б) Косвенных налогов
 - в) Местных налогов
4. Оптовые посредники увеличивают цену товара за счет:
 - а) Снабженческо-сбытовой надбавки
 - б) Торговой надбавки
 - в) Акциза
 - г) Все ответы верны
5. Какие задачи призваны решать закупочные цены
 - а) Ограничение власти предприятий-монополистов
 - б) Обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям
 - в) Задачи государственной политики
6. Предприятие-производитель поставляет свою продукцию до порога предприятия-потребителя, находящегося от него через улицу. Как будет называться эта цена
 - а) Цена франко-отправления
 - б) Цена франко-назначения
 - в) Оба ответа неверны
7. Какая функция цены исторически наиболее древняя
 - а) Функция стимулирования научно-технического прогресса
 - б) Учетно-измерительная функция
 - в) Функция балансировки спроса и предложения
8. В чем главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены

- а) В наличии (отсутствии) розничной торговой организации
- б) В размере партии продажи товара
- в) В категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организация)

9. Правильно ли перечислены рычаги ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости: предел норматива рентабельности, ценовые коэффициенты, предел торговой надбавки, верхний абсолютный предел цены

- а) Да
- б) Нет

10. Какое определение следует употребить в качестве синонима «контрактная цена»

- а) Цена фактической сделки
- б) Договорная цена
- в) Цена равновесия

11. По какому товару понятия «цена изготовителя» и «оптовая цена закупки (приобретения)» совпадают

- а) Уголь
- б) Нефть
- в) Запасные части для заказной продукции

12. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены

- а) Для решения социальных вопросов
- б) Для обеспечения необходимой прибыли предприятия
- в) В фискальных целях

13. Понижению цены товара способствуют следующие факторы:

- а) Рост налогов на частное предпринимательство.
- б) Рост потребительских доходов.
- в) Снижение цены на взаимодополняющий товар.
- г) Снижение цен на производственные ресурсы.

14. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый, вызовет:

- а) Рост спроса на второй товар.
- б) Падение спроса на второй товар.
- в) Двукратный рост спроса на второй товар.
- г) Двукратное падение спроса на второй товар.

15. Падение спроса на товар X может быть вызвано:

- а) Ожиданием роста цен на товар X.
- б) Уменьшением доходов потребителей.
- в) Увеличением цен на товары-субституты товара X.
- г)падением предложения товара X.

16. Формы прямого вмешательства государства:

- а) Все ответы верны.
- б) Общее замораживание цен.
- в) Установление фиксированных цен и тарифов.
- г) Установление пределов возможного роста цен за определенный период времени или

предельного уровня цены.

17. Формы прямого вмешательства государства:

- а) Все ответы верны.
- б) Установление предельного норматива рентабельности.
- в) Установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок.

г) Декларирование цен.

18. В какие группы подразделяются методы ценообразования:

а) Затратные, рыночные и эконометрические.

б) Затратные, маркетинговые и эконометрические.

в) Оптовые, рыночные и эконометрические.

г) Параметрические, рыночные и косвенные.

19. При определении цены необходимо учитывать:

а) Различные методологические подходы.

б) Ценовые факторы.

в) Рыночную инфраструктуру.

г) Нет правильного ответа.

20. В каких условиях формируется уровень цен:

а) В условиях рыночной конкуренции.

б) В условиях монополии.

в) В условиях свободной торговли.

г) В условиях внешней торговли.

21. Выберите верное высказывание по методу прямых затрат:

а) Суть метода, основанного на определении полных издержек, состоит в суммировании совокупных издержек и прибыли, которую фирма рассчитывает получить.

б) Главное преимущество данного метода — его простота и удобство.

в) Данный метод имеет недостаток: при установлении цены не принимаются во внимание имеющийся спрос на товар, конкуренция на рынке.

г) Все ответы верны.

22. Где может метод полных затрат получить широкое распространение:

а) На предприятиях с четко выраженной товарной дифференциацией.

б) Любое крупное предприятие может применять данный метод.

в) На предприятиях, где отсутствует товарная дифференциация.

г) Предприятие, которое недавно вошло на рынок может применять данный метод.

23. Показателем какого типа рынка является биржевая котировка

а) Рынок продавца

б) Рынок покупателя

в) Оба ответа неверны

24. По какому товару продавец и покупатель скорее всего договорятся на условиях цены франко-отправления

а) Уголь

б) Нефть трубопроводом

в) Газ трубопроводом

г) Сложные конструкции

25. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включит акциз

а) С неэластичным спросом

б) С абсолютно не эластичным спросом

в) С эластичным спросом

26. Какое определение приемлемо для категории «торговая надбавка»

а) Это прямой налог

б) Это Косвенный налог

в) Акциз

г) Все ответы неверны

27. От чего зависят условия франко

- а) От особенностей его транспортировки
- б) От типа товара и государственной политики
- в) От скидок и надбавок к цене

г) Все ответы верны

28. основоположниками трудовой теории стоимости являются:

- а) А.Маршалл
- б) Аристотель и Ксенофонт
- в) У.Петти, А.Смит
- г) Д.Рикардо, П.Самуэльсон

29. Трудовая теория стоимости утверждала, что:

- а) Цена товара это денежное выражение его стоимости
- б) Цену товара и его стоимость нельзя приравнять
- в) Цена товара определяется потребностью производителя

30. Согласно трудовой теории стоимости основой цены служат:

- а) Затраты ресурсов на производство
- б) Затраты труда
- в) Затраты торговых посредников при реализации продукции

31. Отделил понятие стоимости от цены К.Маркс

- а) Верно
- б) Неверно

32. К.Маркс был сторонником

- а) Теории предельной полезности
- б) Теории цены
- в) Трудовой теории стоимости
- г) Теории факторов производства

33. Выделите рыночные методы определения цен:

- а) Метод последующей цены.
- б) Метод «запечатанного конверта».
- в) Метод контроля за издержками.

34. Выделите эконометрические методы определения цен:

а) Метод удельных показателей, метод регрессионного анализа, балловый метод, агрегатный метод.

б) Метод удельных показателей, метод регрессионного анализа, агрегатный метод.

в) Метод предельных показателей затрат, метод регрессионного анализа, балловый метод, агрегатный метод.

г) Метод удельных показателей, балловый метод, агрегатный метод, метод предельных показателей затрат.

35. Участие государства в формировании уровней, структуры и движения цен, установлении определенных правил ценообразования называется:

- а) Прямое воздействие.
- б) Косвенное воздействие.
- в) Замораживание цен.
- г) Нет верного ответа.

36. Какая форма воздействия государства на цены осуществляется через финансовую, налоговую, кредитную, таможенную и бюджетную политику:

- а) Прямое воздействие.
- б) Косвенное воздействие.
- в) Замораживание цен.
- г) Нет верного ответа.

37. Формы косвенного вмешательства государства:

- а) Все ответы не верны.
- б) Установление предельного норматива рентабельности.
- в) Установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок.
- г) Декларирование цен.

38. Исследование рынка включает:

а) Анализ и прогноз конъюнктуры товарного рынка и анализ особенностей коммерческой деятельности.

- б) Анализ рыночной инфраструктуры и анализ конкурентов.
- в) Сбор информации и анализ изменений на рынке товаров и услуг.
- г) Все ответы верны.

39. Непосредственно процесс исследований не содержит:

а) Если ставится задача выяснить тенденции и темпы развития конъюнктуры за какой-то период.

- б) Сбора информации и анализа конъюнктуры рынка.
- в) Разработки собственного прогноза конъюнктуры на ближайший планируемый период.
- г) Оценки эффективности использования результатов конъюнктурного спроса.

40. Анализ конъюнктуры конкретного товарного рынка – это:

а) Если ставится задача выяснить тенденции и темпы развития конъюнктуры за какой-то период.

- б) Сбора информации и анализа конъюнктуры рынка.
- в) Разработки собственного прогноза конъюнктуры на ближайший планируемый период.
- г) Оценки эффективности использования результатов конъюнктурного спроса.

41. Каковы основными количественные характеристики взаимосвязи уровней внутренних и мировых цен на однородные товары:

- а) Все ответы верны.
- б) Совпадение внутренних и мировых (экспортных и импортных) цен встречается очень редко.

в) Преобладающим вариантом ценовых расхождений является превышение внутренних цен над мировыми.

г) Формирование более высокого уровня внутренних цен по сравнению с мировыми ценами на однородную продукцию характерно для всех стран независимо от уровня их развития.

42. Что не входит в основные количественные характеристики взаимосвязи уровней внутренних и мировых цен на однородные товары?

- а) Превышения внутренних цен над внешнеторговыми.
- б) Совпадение внутренних и мировых (экспортных и импортных) цен встречается очень редко.

в) Преобладающим вариантом ценовых расхождений является превышение внутренних цен над мировыми.

г) Формирование более высокого уровня внутренних цен по сравнению с мировыми ценами на однородную продукцию характерно для всех стран независимо от уровня их развития.

43. Факторы производства – это

- а) Экономические ресурсы, которые обеспечивают процесс производства
- б) Причины изменения условий производства
- в) Категория, показывающая, что целесообразно производить при имеющихся ресурсах

44. Теория факторов производства обосновывает стоимость товара исходя из:

- а) Затрат труда
- б) Затрат всех факторов производства
- в) Потребности производителя
- г) Доступности экономических ресурсов

45. Разработку теории факторов производства осуществляли:

- а) А.Смит, Ж.Сей, Ф.Бастий
- б) Маржиналисты
- в) К.Маркс
- г) У.Петти

46. Теория предельной полезности разработана представителями:

- а) Классической политэкономии
- б) Кембриджской школой
- в) Монетарзма
- г) Маржинализма

47. Теория предельной полезности раскрывает сущность стоимости исходя их:

- а) Затрат труда, капитала, земли
- б) Предельной полезности потребляемых товаров и услуг
- в) Издержек производителя
- г) Желания государства вмешаться в процесс рыночного ценообразования

48. А. Маршаллом разработана теория цены, в основе которой анализ спроса и предложения

- а) Верно
- б) Неверно

49. А. Маршалл уделял внимание совокупному спросу и предложению и предлагал определять ценность товара исходя из состояния макроэкономического равновесия

- а) Верно
- б) Неверно

50. По мнению представителей монетаризма на процесс ценообразования влияет:

- а) Государственная политика в области экологии
- б) Монетарная политика государства
- в) Борьба государства с монополиями
- г) Все ответы неверны

51. Представителями концепции монетаризма являются:

- а) К.Менгер, А.Смит, А.Маршалл
- б) Д.Кейнс
- в) М.Фридмен, И.Фишер
- г) Все ответы неверны

52. Цена выполняет следующие функции:

- а) Функцию борьбы с монополиями
- б) Функцию средства обращения
- в) Учетную и распределительную функцию
- г) Посредническую функцию

53. Выполняя измерительную функцию цена:

- а) Участвует в распределении национального дохода
- б) Выражает издержки производителя и затраты потребителя
- в) Способствует производству товаров низкого качества
- г) Регулирует спрос и предложение

54. Регулирующая функция цены выполняется только отдельными видами цен:

- а) Верно
- б) Неверно

55. При выполнении какой функции цена увеличивает потребление товаров по низким ценам и снижает по высоким:

- а) Регулирующей
- б) Измерительной
- в) Контрольной
- г) Никакие ответы не верны

56. Согласно распределительной функции посредством цены происходит распределение национального дохода между государством и населением:

- а) Верно
- б) Неверно

57. Функция сбалансирования спроса и предложения заключается в том, что:

а) Цена стимулирует производителя увеличить производство при высоких ценах, и при этом стимулирует потребителя снизить объем потребления.

б) Цена регулирует объем потребления

в) Цена стимулирует производителя уменьшить производство при высоких ценах, и при этом стимулирует потребителя увеличить объем потребления.

г) Все ответы неверны

58. Цена выполняет свои функции в условиях:

- а) Только рыночной экономики
- б) Плановой и смешанной экономической системы

в) Только плановой экономики, когда цены непосредственно устанавливаются государством

г) Все ответы неверны

59. Измерительную функцию выполняют только:

- а) Розничные цены, выражая затраты потребителя
- б) Мировые цены, обслуживающие мировой рынок

в) Оптовые цены

г) Все ответы верны

д) Все ответы не верны

60. Цена, выполняя распределительную функцию, участвует в:

а) Первичном распределении национального дохода

б) Вторичном распределении национального дохода

в) Не участвует в распределении национального дохода

61. Цена единственная распределительная категория

а) Верно

б) Неверно

62. Цена выполняет свои функции одновременно

а) Верно

б) Неверно

63. Сколько форм торговли нефтью и нефтепродуктами существует:

- а) Три формы: контрактная, регулируемая и «спотовая».
- б) Три формы: контрактная, биржевая и «спотовая».
- в) Две формы: контрактная и биржевая.
- г) Две формы: контрактная и «спотовая».

64. Комплексный подход означает:

- а) Все ответы верны.
- б) Необходимость анализа всех основных элементов конкретного рынка.
- в) Обязательность его изучения во взаимосвязи с общеэкономическими явлениями и

рынками продукции.

г) Охват всей основной группы факторов внутреннего характера, оказывающих на него воздействие.

65. Национальная цена это:

- а) Цена импортного товара
- б) Цена экспортируемого товара
- в) Цена на внутреннем рынке
- г) Цена товара на мировом рынке выраженная в национальной валюте

66. Розничная цена применяется торговым посредником:

- а) Верно
- б) Неверно

67. По сметной цене реализуется:

- а) Любая продукция промышленности
- б) Только услуги
- в) Продукция сельскохозяйственных производителей
- г) Все ответы неверны

68. Комплексный подход не включает в себя:

- а) Все ответы не верны.
- б) Все ответы верны.
- в) Необходимость анализа всех основных элементов конкретного рынка.

г) Обязательность его изучения во взаимосвязи с общеэкономическими явлениями и рынками продукции.

д) Охват всей основной группы факторов внутреннего характера, оказывающих на него воздействие.

69. Процесс анализа конъюнктуры товарного рынка и изучение требований потребителей состоят из:

- а) Двух этапов.
- б) Трех этапов.
- в) Четырех этапов.
- г) Этапов в данном случае не существует.

70. Что такое цена:

- а) Денежное выражение стоимости товара.
- б) Сумма денег, за которую отчуждается товар в акте купли-продажи.
- в) Формируется на мировом и государственном рынках.

71. Неявные затраты — это:

- а) Затраты, изменяющиеся при изменении объема производства.
- б) Стоимость ресурсов, принадлежащих собственнику (не покупаемых на рынке), включая нормальную прибыль как отдачу на предпринимательский талант.

- в) Бухгалтерские затраты.
- г) Затраты, не изменяющиеся при изменении объема производства.

72. Что такое торговая скидка:

- а) Скидка с розничной цены.
- б) Скидка за испорченный товар.
- в) Наценка к издержкам.

73. Участники рынка совершенной конкуренции имеют равный доступ к информации

- а) Верно
- б) Не верно

74. Какое из следующих утверждений означает, что условия совершенной конкуренции не выполняются

а) Фирма находится в равновесии, когда ее предельный доход равен предельным издержкам

б) Кривая предельных издержек пересекает кривую средних издержек в точке, соответствующей минимальному значению АТС

в) Кривая спроса на продукт фирмы имеет отрицательный наклон

г) Кривая спроса на продукт фирмы – горизонтальная линия

75. Назовите стадии жизненного цикла, располагающие к снижению цен:

- а) Спада.
- б) Зрелости.
- в) Товарного роста.

76. Как формируется розничная цена:

- а) Издержки, налог, прибыль.
- б) Себестоимость, сбытовые и торговые наценки.
- в) Оптовая цена, налоги.

77. Где находится второй крупнейший «спотовый» рынок:

- а) В Сингапуре.
- б) В Амстердаме.
- в) В Лондоне.
- г) В Роттердаме.

78. Система цен – это:

- а) Механизм измерения цены
- б) Взаимосвязь цены и качества
- в) Совокупность методов установления цен
- г) Совокупность всех видов цен

79. Цены можно классифицировать по следующим критериям:

- а) В зависимости от масштаба рынка
- б) В зависимости от способа установления
- в) В зависимости от периода действия
- г) Все ответы верны

80. Установление регулируемых цен в условиях плановой экономики

- а) Возможно
- б) Не возможно

81. По способу установления можно выделить следующие виды цен:

- а) Твердые, регулируемые, публичные
- б) Скользящие, подвижные
- в) Прейскурантные и расчетные

82. Биржевая цена:
- а) Выше рыночной
 - б) Ниже рыночной
 - в) Равна рыночной
83. Базисные условия поставки товаров характеризуют виды цен по
- а) Степени государственного воздействия
 - б) Распределению риска и расходов, связанных с поставкой товара, между поставщиком и покупателем
 - в) Оба ответа верны
84. Чем меньше расходов по доставке принимает на себя покупатель по доставке товара, тем цена считается
- а) Более полной
 - б) Менее полной
 - г) Не зависимой от распределения расходов по доставке между продавцом и покупателем
85. Структура цены характеризует:
- а) Расходы включаемые в себестоимость продукции
 - б) Выручку без НДС, которую получает предприятие при реализации продукции
 - в) Удельный вес всех элементов в цене товара
 - г) Все ответы неверны
86. В структуру цены включены:
- а) Все налоги, уплачиваемые предприятием
 - б) Себестоимость и прибыль предприятия производителя
 - в) Только себестоимость и торговая надбавка
 - г) Все ответы верны
87. Себестоимость и прибыль предприятия образуют отпускную цену с НДС
- а) Верно
 - б) Неверно
88. Структура цены позволяет определить
- а) Направления снижения себестоимости
 - б) Возможности увеличения прибыли
 - в) Степень конкурентоспособности продукции
 - г) Все ответы верны
89. В себестоимость продукции включаются все фактические расходы предприятия
- а) Верно
 - б) Неверно
90. Производственную себестоимость образуют:
- а) Косвенные расходы
 - б) Накладные расходы
 - в) Прямые расходы
 - г) Внутренние и внешние издержки
91. Для определения рыночной структуры учитывается:
- а) Эластичность спроса по цене
 - б) Эластичность спроса по доходу
 - в) Количество производителей и продавцов на рынке
 - г) Уровень цен
 - д) Все ответы неверны
92. Барьеры для входа на рынок монополистической конкуренции

а) Отсутствуют

б) Существенные

г) Не существенные и часто связаны с использованием определенной марки, бренда или патента

д) Существенные в связи с тем, что на рынке действует монополист

93. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

а) Значительное число фирм, оперирующих в отрасли, выпускают стандартные товары

б) Имеется много покупателей, приобретающих этот товар по текущей цене

в) Все продавцы и покупатели имеют полную информацию о рынке

г) Имеется свободный вход на этот рынок и выход из него

д) Все предыдущие ответы верны

94. Кривая спроса на продукцию конкурентной фирмы

а) Имеет отрицательный наклон

б) Горизонтальная линия при данном уровне цены

в) Вертикальная линия при данном объеме предложения

г) Имеет положительный наклон

95. Если предельные издержки превышают средние издержки при объеме производства, максимизирующем прибыль, то фирма

а) Получает положительную прибыль

б) Выбирает объем производства, соответствующий точке, расположенной правее минимума кривой средних издержек

в) Не прекратит производства

г) Все ответы верны

96. Кривая предложения конкурентной фирмы на краткосрочных временных интервалах – это

а) Кривая предельных издержек

б) Линия цены товара

в) Снижающаяся часть кривой средних издержек

г) Часть кривой предельных издержек, расположенная выше кривой средних переменных издержек

д) Возрастающая часть кривой средних издержек

97. Расходы на рекламу продукции следует отнести к

а) Прямым расходам

б) Переменным расходам

в) Косвенным расходам

д) Нет верного ответа

98. В соответствие с методом «директ-костинг» учитываются

а) Все затраты

б) Только постоянные затраты

в) Прямые переменные затраты

г) Все ответы неверны

99. К расчетным методам ценообразования относят

а) Затратные методы

б) Метод определения цены по эластичности спроса

в) Метод регрессии

г) Все ответы неверны

100. Метод нормативных издержек учитывает

- а) Только прямые издержки
- б) Отклонение фактических затрат от нормативных
- в) Только нормируемые затраты
- г) Все ответы неверны

5.2 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

В процессе изучения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы следующие компетенции:

- способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров (ПК-7);

Код и формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенций
ПК-7 способность организовывать и планировать материально-техническое обеспечение предприятий, закупку и продажу товаров	Знает: <ul style="list-style-type: none">- взаимосвязи теории и практики ценообразования;- сущности и функций цены в рыночной экономике;- форм и методов проведения ценовой политики фирмами и государством;
	Умеет: <ul style="list-style-type: none">- анализировать во взаимосвязи экономические явления, проводить исследования и практические расчеты по обоснованию уровня цен на отдельные виды продукции;- выбирать альтернативны варианты издержек, объемы производства, цены, обеспечивающие максимальную прибыль предприятия;- составлять калькуляцию себестоимости продукции;- анализировать и интерпретировать полученные результаты, прогнозировать развитие экономических процессов и явлений на макро-и микроуровне.
	Владеет: <ul style="list-style-type: none">- методикой расчета контрактных цен.- методологией формирования цен;- методологическими подходами в разработке ценовой политики предприятия и ее реализации на современном этапе

5.3. Система оценивания результатов и критерии выставления оценок в ходе промежуточной аттестации

Зачет с оценкой. Критерии оценивания

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «отлично», либо «хорошо», либо «удовлетворительно», либо «неудовлетворительно».

Оценка «отлично» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- полного, правильного и уверенного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов билета;
- уверенного владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом учебной дисциплины;
- логически последовательного, взаимосвязанного и правильно структурированного изложения обучающимся учебного материала, умения устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «хорошо» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- недостаточной полноты изложения обучающимся учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по, как минимум, одному вопросу билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при использовании в ходе ответа отдельных понятий и категорий дисциплины;
- нарушения обучающимся логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала по отдельным вопросам билета, недостаточного умения обучающегося устанавливать и прослеживать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- приведения обучающимся слабой аргументации, наличия у обучающегося недостаточно логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- допущения обучающимся незначительных ошибок и неточностей при ответе на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «хорошо».

Оценка «удовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- невозможности изложения обучающимся учебного материала по любому из вопросов билета при условии полного, правильного и уверенного изложения учебного материала по как минимум одному из вопросов билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по отдельным (одному или двум) вопросам билета;

- допущении обучающимся ошибок при использовании в ходе ответа основных понятий и категорий учебной дисциплины;
- существенного нарушения обучающимся или отсутствия у обучающегося логической последовательности, взаимосвязи и структуры изложения учебного материала, неумения обучающегося устанавливать и проследивать причинно-следственные связи между событиями, процессами и явлениями, о которых идет речь в вопросах билета;
- отсутствия у обучающегося аргументации, логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам билета;
- невозможности обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков или их определенная совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «удовлетворительно».

Оценка «неудовлетворительно» при приеме зачета с оценкой выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по двум или всем вопросам билета;
- скрытое или явное использование обучающимся при подготовке к ответу нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- невладения обучающимся понятиями и категориями данной дисциплины;
- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя;

Любой из указанных недостатков или их совокупность могут служить основанием для выставления обучающемуся оценки «неудовлетворительно».

Обучающийся имеет право отказаться от ответа по выбранному билету с указанием, либо без указания причин и взять другой билет. При этом с учетом приведенных выше критериев оценка обучающемуся должна быть выставлена на один балл ниже заслуживаемой им.

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающемуся в случае:

- необходимости конкретизации и изложенной обучающимся информации по вопросам билета с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;
- необходимости проверки знаний обучающегося по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

6. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. Магомедов, М.Д. Ценообразование/М.Д. Магомедов, Е.Ю. Куломзина, И.И. Чайкина. – 3-е изд., перераб. – Москва: Дашков и К°, 2017. – 248 с.: ил. – (Учебные

издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454085> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-02663-8. – Текст: электронный.

Дополнительная литература:

1. Кохрейн, Д. Ценообразование активов/Д. Кохрейн; пер. с англ. под науч. ред. Е. Синельниковой; пер. с англ. Е.А. Богданюк, Н.В. Макеевой, Е.В. Синельниковой и др. – Москва: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2019. – 593 с.: табл., граф. – (Академический учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=563522> – Библиогр.: с. 555-569. – ISBN 978-5-7749-1419-7. – Текст: электронный.

2. Ценообразование во внешней торговле/под ред. В.Б. Мантусова; Российская таможенная академия. – Москва: Юнити-Дана: Закон и право, 2018. – 247 с.: табл., граф., схем., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=562349> – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-03051-7. – Текст: электронный.

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <https://biblioclub.ru> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн»

2. www.iprbookshop.ru – электронная библиотечная система IPR BOOKS -

3. <http://www.rjm.ru/> - Российский журнал менеджмента

4. <http://www.mba-journal.ru/> - Журнал «Менеджмент и бизнес-администрирование»

5. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]

6. Справочная правовая система Консультант Плюс (сетевая):

- Деловые бумаги
- Российское законодательство

8. Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

В зависимости от вида проводимых занятий используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- лекционные аудитории (оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном и имеющие выход в Интернет);
- помещения для проведения семинарских и практических занятий (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий и наглядными пособиями);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и Интернет).

Для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья форма проведения занятий по дисциплине устанавливается образовательной организацией с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья. При определении формы проведения занятий с обучающимся-инвалидом образовательная организация должна учитывать рекомендации, данные по результатам медико-социальной экспертизы, содержащиеся в индивидуальной программе реабилитации инвалида, относительно рекомендованных условий и видов труда. При необходимости для обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья создаются специальные рабочие места с учетом нарушенных функций и ограничений жизнедеятельности.