

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Исаков Ирлан Жангазыевич Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: Ректор

«**Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС**»

Дата подписания: 23.10.2022 22:19:20

Уникальный программный ключ:

a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Ценообразование

(наименование дисциплины)

Направление подготовки _____ 38.03.01 Экономика _____

Квалификация выпускника _____ Бакалавр _____

Направленность (профиль) Финансы и экономика предприятий и организаций _____

2022 г.

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

Дисциплина «Ценообразование» относится к дисциплинам по выбору части, формируемой участниками образовательных отношений части Блока 1 «Дисциплины (модули)» программы бакалавриата.

2. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц.

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

Изучение дисциплины включает контактную работу обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации

образовательных программ на иных условиях в форме занятий различных типов в соответствии со спецификой дисциплины и самостоятельную работу обучающихся в объемах соответственно учебному плану. Контактная работа может проводиться с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий.

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 изменится спрос на каждую из специальностей под влиянием изменений цен на одну из них, как изменится 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 $=(B_5 - B_4) / (B_4 + B_5)$

Выполнить расчет нового объема спроса

- В ячейку B9 ввести формулу $=B_6 * (B_7 * \$C\$11 + 1) / (1 - B_7 * \$C\$11)$
- В ячейку C9 ввести формулу $=C_6 * (C_8 * \$C\$11 + 1) / (1 - C_8 * \$C\$11)$
- В ячейку D9 ввести формулу $=D_6 * (D_8 * \$C\$11 + 1) / (1 - D_8 * \$C\$11)$

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 1 м 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.

5. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

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

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

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

6.1 Планируемые результаты обучения, соотнесенные с индикаторами достижения компетенций

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

ПК-2 - Способен составлять и представлять бухгалтерскую (финансовую) отчетность экономического субъекта.

Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты обучения
ИД-1 (ПК-2). Составляет и представляет бухгалтерскую (финансовую) отчетность экономического субъекта в части показателей, определяющих цену (тариф) на продукцию в виде товара (услуги, работы)	знает РО-1 ИД-1 (ПК-2) принципы и модели ценообразования на продукцию экономического субъекта; РО-2 ИД-1 (ПК-2) механизмы и инструменты ценообразования на продукцию экономического субъекта;
	умеет РО-3 ИД-1 (ПК-2) анализировать и давать оценку эффективности процессам ценообразования на предприятии
	владеет РО-4 ИД-1 (ПК-2) методологией формирования цен; РО-5 ИД-1 (ПК-2) методологическими подходами в разработке ценовой политики предприятия и ее реализации на современном этапе РО-6 ИД-1 (ПК-2) механизмом расчета затрат на производство и подготовки предложений по повышению рентабельности производства, снижению издержек производства и обращения

6.2. Перечень оценочных материалов

Оценочные материалы представляют собой задания для выполнения обучающимся, 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 обучающимися дисциплины, и задания для промежуточной аттестации обучающихся, обеспечивающие оценивание промежуточных и окончательных результатов обучения по дисциплине.

Примерные задания для проведения текущего контроля успеваемости

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

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. Проблеме 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. Зарботная 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.

Примерные задания для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список зачету с оценкой

РО-1 ИД-1 (ПК-1), РО-2 ИД-1 (ПК-1) Знает

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

РО-3 ИД-1 (ПК-1) Умеет

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.

Ключ: 1аг, 2аг, 3бг, 4вг, 5бг, 6б, 7аб, 8б, 9бв, 10вг, 11в, 12аб, 13ав, 14аг, 15б

Решение задач
РО-4 ИД-1 (ПК-1) – РО-6 ИД-1 (ПК-2) Владеет

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. – ТС ₁	Переменные издержки, тыс. руб. – ТС 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. – ТС
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	-
1 000	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 = 1 012
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	-
1 000	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_B	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 сирахование, 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:

$$C_{пр} = C_M + C_B + C_Э + Z_p + Z_{отч} + Z_{сод} + Z_{общ},$$

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

Рассчитывается величина коммерческих расходов по формуле:

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

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:

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

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:

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

где Π – прибыль в оптовой цене изделия, руб.

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

Рассчитывается оптовая цена изделия «А» по формуле:

$$C_{\text{опт}} = C_{\text{пол}} + \Pi,$$

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

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

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

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

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

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

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

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

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:

$$\frac{\sum P_1 Q_1}{\sum \frac{1}{i_p} P_1 Q_1} = \frac{0,8 + 3 + 0,4}{\frac{0,8}{0,92} + \frac{3}{0,95} + \frac{0,4}{0,9}} = 0,94$$

Задача 6

Необходимо определить:

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

Исходные данные:

- розничная цена изделия – Цроз – 200 руб.;
- налог на добавленную стоимость – НДС – 40 руб.;
- наценка посреднической организации – Нопт – 20 руб.;
- торговая скидка – Тск – 15% к розничной цене;
- полная себестоимость изделия – Спол – 90 руб.

Методические указания по решению задачи

Рассчитывается величина торговой скидки – Тск – по формуле:

$$Тск = \frac{Цр \times Тск\%}{100} = \frac{200 \times 15}{100} = 30 \text{ руб.}$$

Рассчитывается оптовая цена предприятия – Цопт – вычитанием из розничной цены НДС, оптовой наценки, торговой скидки:

$$Цопт = Цроз - НДС - Нопт - Тск = 200 - 40 - 20 - 30 = 110 \text{ руб.}$$

Прибыль на единицу изделия определяется вычитанием из оптовой цены изделия себестоимости – Спол:

$$П = Цопт - Спол = 110 - 90 = 20 \text{ рублей.}$$

6.3. Шкала оценивания результатов промежуточной аттестации и критерии выставления оценок

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется шкала оценивания, включающая следующие оценки: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено».

Зачет с оценкой. Критерии выставления оценок

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 проследить 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 проследить 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 прослеживать 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;
- не владения 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.

При проведении промежуточной аттестации в форме тестирования с использованием шкалы, включающей оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», оценивание результата проводится следующим образом:

«Отлично» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 80% до 100% от общего количества

«Хорошо» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют от 71 до 79% от общего количества;

«Удовлетворительно» - получают обучающиеся в том случае, если верные ответы составляют 50 –70 % правильных ответов;

«Неудовлетворительно» - работа, содержащая менее 50% правильных ответов.

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

Основная:

1. 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:

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.

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

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

2. <http://www.iprbookshop.ru/> – электронная библиотечная система IPR BOOKS

3. Справочная правовая система Консультант Бизнес: Версия Проф

4. <http://finanalisis.ru/Finanalisis.ru>: Портал представляет собой библиотеку материалов по финансовому менеджменту.

5. <http://www.eeg.ru/>Экономическая экспертная группа: Аналитика и консалтинг по экономике и финансам

9. Лицензионное программное обеспечение

- Dr.Web Desktop Security Suite (Комплексная защита)
- Project Expert 7 for Windows
- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro
- MS Office 2010
- MS Office 2013
- MS Office 2016
- Moodle 3.8.2.

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

В зависимости от вида проводимых учебных занятий и форм осуществления образовательной деятельности по соответствующей образовательной программе используется следующее материально-техническое обеспечение дисциплины:

- учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа (укомплектованные специализированной мебелью и оборудованные техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории, а также имеющие наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочим программам дисциплин);

- учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа (с типовым оборудованием, обеспечивающим применение современных информационных технологий, и наглядными пособиями);

- специальные помещения для проведения занятий по дисциплине (в т.ч. лаборатории, оснащенные лабораторным оборудованием, в зависимости от степени сложности), а именно:

- компьютерные классы с демонстрационно-обучающими и обучающе-контролирующими возможностями, доступом к базам данных и Интернет;

- кабинет для занятий по иностранному языку (оснащенный лингафонным оборудованием);

- учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций;

- учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся (оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации);

- библиотека (имеющая читальные залы и рабочие места для обучающихся, 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. При необходимости обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.