

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Искаков Ирлан Жангазыевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 04.10.2023 13:25:56
Уникальный программный ключ:
a748d5b672796bd7b37612bb23a3449357804892a0d120774ea9def3ef7a2bc0

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«**Университет при Межпарламентской Ассамблее ЕвразЭС**»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ И ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Ценообразование в промышленности

(наименование дисциплины)

Научная специальность: 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика

Профиль Экономика промышленности

Форма обучения очная

2023 г.

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

Дисциплина «Ценообразование в промышленности» относится к дисциплинам образовательного компонента. Для изучения дисциплины необходимы знания, умения и навыки, полученные обучающимися на предыдущих уровнях образования (специалитет, магистратура). Содержание дисциплины служит основой для подготовки к кандидатскому экзамену по научной специальности 5.2.3 Региональная и отраслевая экономика, профиль экономика промышленности

2. Планируемые результаты обучения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен показать:

Знания: закономерности функционирования современной экономики на микроуровне; основные понятия, категории и инструменты микроэкономической теории; основные особенности инструментария ведущих школ и направлений микроэкономической науки;

Умения: анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты на микроуровне; выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий;

Навыки (опыт деятельности): категорийным и понятийным аппаратом дисциплины; методологией экономического исследования.

3. Объем дисциплины в зачетных единицах

Объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы.

4. 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.

ающихся по освоению дисциплины

5.1 Методические рекомендации по организации изучения учебной дисциплины, включая самостоятельную работу обучающихся

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.

5.2 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 50 у.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.

	А	В	С	Д	Е
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 В14 ввести формулу =СРЗНАЧ(В3:В13)
- В ячейку С14 ввести формулу =СРЗНАЧ(С3:С13)

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

- В ячейку D3 ввести формулу =(В3-\$B\$14)/\$B\$14
- Размножить формулу на диапазон D4:D13
- В ячейку E3 ввести формулу =(С\$14-С3)/С\$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 $=(B_5 - B_4) / (B_4 + B_5)$

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%.

5.3. Методические рекомендации для обеспечения самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.

Самостоятельная работа аспирантов включает подготовку к практическим занятиям, выполнение самостоятельных заданий, в том числе предлагаемые задания по каждому разделу, изучение литературных источников, использование Internet-данных, изучение нормативно-правовой базы, подготовку к текущему контролю знаний, к промежуточной аттестации.

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

Управление самостоятельной работой аспиранта

Формы управления самостоятельной работой:

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

План самостоятельной работы:

-повторение материала, подготовка к практическим 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

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

6.1. Перечень оценочных средств

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

Примерные оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости

Текущий контроль предполагает регулярный учет и контроль выполнения различных видов домашних заданий, усвоения теоретического материала. На аудиторных занятиях должны преобладать устные формы контроля.

Примерные оценочные средства 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	2,03	2,03
- плёнка		
- этикетка		
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.

Примерные оценочные средства для проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Список вопросов к зачету

Цена как экономическая категория.

1. Функции цен.
2. Ценообразующие факторы, их понятие и виды
3. Издержки и их классификация.
4. Фактор спроса и его влияние на цену.
5. Конкуренция и ее влияние на цены.
6. Факторы снижения и повышения цен.
7. Влияние экономической политики государства на формирование цен.
8. Ценовая политика, ее цели.
9. Методы установления цен.
10. Характеристика каждого из методов ценообразования, их преимущества и недостатки.
11. Понятие ценовой стратегии.
12. Этапы разработки ценовой стратегии.
13. Стратегический анализ в ценообразовании.
14. Виды ценовых стратегий.
15. Факторы, влияющие на выбор ценовой стратегии.
16. Стратегия премиального ценообразования («снятия сливок»).
17. Стратегия ступенчатых цен.
18. Стратегия ценового прорыва (пониженных цен, постепенного проникновения на рынок).
19. Стратегия нейтрального ценообразования.
20. Система скидок с цен и их значение для стимулирования реализации товаров (работ, услуг).
21. Ценовые модификации: «дискриминационное ценообразование», «географическое ценообразование», «психологическое ценообразование».
22. Себестоимость продукции, ее сущность и значение для ценообразования.

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

6.3. Система оценивания результатов и критерии выставления

Для оценивания результатов промежуточной аттестации применяется система оценивания, включающая следующие оценки: «зачтено», «не зачтено».

Зачет. Критерии оценивания

Допуск к зачету осуществляется на основании посещаемости обучающимся аудиторных занятий и успешном освоении материалов лекций и семинаров.

Знания обучающихся оцениваются путем выставления по результатам ответа обучающегося итоговой оценки «зачтено», либо «не зачтено».

Оценка «зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- полного и правильного изложения обучающимся учебного материала по каждому из вопросов;
- самостоятельной подготовки обучающегося к ответу в установленные для этого сроки, исключая использование нормативных источников, основной и дополнительной литературы, конспектов лекций и иного вспомогательного материала, кроме случаев специального указания или разрешения преподавателя;
- владения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;
- 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;

- приведения обучающимся надлежащей аргументации, наличия у обучающегося логически и нормативно обоснованной точки зрения при освещении проблемных, дискуссионных аспектов учебного материала по вопросам;

- лаконичного и правильного ответа обучающегося на дополнительные вопросы преподавателя.

Оценка «зачтено» может быть выставлена также при соблюдении вышеперечисленных требований в основном, без существенных ошибок и пробелов при изложении обучающимся учебного материала, приведении ссылок на нормативно-правовые акты, а также на их отдельные принципиально значимые положения.

Оценка «не зачтено» при приеме зачета выставляется в случае:

- отказа обучающегося от ответа по билету с указанием, либо без указания причин;
- невозможности изложения обучающимся учебного материала по одному или всем вопросам;

- допущения обучающимся существенных ошибок при изложении учебного материала по одному или всем вопросам;

- невладения обучающимся понятийно-категориальным аппаратом;

- невозможность обучающегося дать ответы на дополнительные вопросы преподавателя.

Любой из указанных недостатков может служить основанием для выставления обучающемуся оценки «не зачтено».

Дополнительные вопросы могут быть заданы обучающимся в случаях:

- необходимости конкретизации информации по вопросам с целью проверки глубины знаний отвечающего по связанным между собой темам и проблемам;

- необходимости проверки знаний отвечающего по основным темам и проблемам курса при недостаточной полноте его ответа по вопросам билета.

7. 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:

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", справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. <http://biblioclub.ru/> – электронная библиотечная система «Университетская библиотека Онлайн»
2. www.iprbookshop.ru - электронная библиотечная система IPR BOOKS
3. <http://www.yurist.ru>
4. <http://www.garant.ru> – ГАРАНТ: [Информационно-правовой портал]
5. Справочная правовая система Консультант Плюс (сетевая):
- Российское законодательство

9 Лицензионное программное обеспечение

- MS Windows 7 Профессиональная
- MS Windows 10 Pro

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