

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

Волгоградский институт управления – филиал РАНХиГС

Экономический факультет
Кафедра учета, анализа и аудита

УТВЕРЖДЕНА

решением кафедры учета, анализа и аудита

Протокол от «2» сентября 2019 г. № 1

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.07 ЦЕНОВАЯ ПОЛИТИКА И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

38.05.01 Экономическая безопасность

(код, наименование направления подготовки (специальности))

«Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»

(направленность (и) (профиль (и)/специализация (и))

Экономист

(квалификация)

Очная, заочная

(форма (ы) обучения)

год набора- 2020

Волгоград, 2019 г.

Автор (ы)-составитель(и):

канд. экон. наук,
доцент кафедры учета, анализа и аудита

И.С. Землянская

Заведующий кафедрой учета, анализа и аудита, канд. экон. наук

В.В. Яковенко

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	4
3. Содержание и структура дисциплины.....	5
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....	10
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	27
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	30
6.1. Основная литература.....	30
6.2. Дополнительная литература.....	30
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	30
6.4. Нормативные правовые документы.....	32
6.5. Интернет-ресурсы.....	32
6.6. Иные источники.....	32
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	32

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ОД.7 «Ценовая политика и ценообразование» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 4	Способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми стандартами.	ПК – 4.1.	Способность применять знания и формирование практических навыков разработки эффективной ценовой политики, стратегии и тактики фирмы с учетом стоящих перед ней задач, тенденций рынка, действующего законодательства

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

ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Составление и представление финансовой отчетности экономического субъекта/ проведение финансового анализа, бюджетирование и управление денежными потоками (Проф. стандарта «Бухгалтер», утв. Приказом Минтруда России от 22 декабря 2014 г. N 1061н)	ПК – 4.1.	Использует методологию и инструментарий формирования цены и ценовой политики предприятия.
		Использует данные анализа влияния конкуренции на принятие ценовых решений, формирования информационной базы, обеспечивающей принятие адекватных ценовых решений. Использует методы ценообразования в зависимости от сферы деятельности и условий хозяйствования.
		Оценивает владение понятийным аппаратом ценообразования, навыками работы с законодательными актами в области ценообразования, постановлениями правительства по ценовым вопросам.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина Б 1.В. ОД.7 «Ценовая политика и ценообразование» входит в блок «Вариативная часть» обязательных дисциплин учебного плана. Дисциплина общим объемом 72 часа изучается в течение одного семестра и заканчивается зачетом в 7 семестре (по заочной форме обучения дисциплина осваивается на 4 курсе в 7 семестре), общая трудоемкость дисциплины в зачетных единицах составляет 2 ЗЕ (72 часа).

Для успешного овладения дисциплиной студенту необходимо использовать знания и навыки, полученные им при изучении таких дисциплин, как Б1.Б.9 Экономическая теория, Б1.Б.17 Экономика организации (предприятия), Б1.Б.14 Финансы.

Знания, полученные в ходе изучения дисциплины «Ценовая политика и ценообразование» могут быть полезны при изучении таких профессиональных дисциплин, как Б1.Б.40 Финансовый контроль бюджетной сферы, Б1.Б.41 Актуальные проблемы управления государственными и муниципальными финансами, Б1.Б.44 Бюджетное планирование и прогнозирование в контексте экономической безопасности государства.

По очной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 54 часа и на самостоятельную работу обучающихся – 18 часов.

По заочной форме обучения количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем (по видам учебных занятий) – 10 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 58 часов, на контроль – 4 часа.

В соответствии с учебным планом формой промежуточной аттестации является зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
7 семестр								
Тема 1	Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.	5	2	-	2		1	О, Р, З
Тема 2	Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.	7	2	-	4		1	О, З
Тема 3	Ценовая политика и ее типичные задачи.	8	2	-	4		2	О.
Тема 4	Стратегия и тактика ценообразования.	8	2	-	4		2	О.
Тема 5	Система ценовых методов.	6	2	-	2		2	О,З.
Тема 6	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	8	2	-	4		2	О,З.
Тема 7	Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.	88	2	-	4		2	О.
Тема 8	Дифференциация цен.		2	-	4		2	О, Т.
Тема 9	Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.	8	2	-	4		2	О, З.
Тема 10	Контрактная цена.	6	2	-	2		2	О, Т

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Промежуточная аттестация								Зачет в форме устного опроса
Всего:		72	20		34		18	
Заочная форма обучения								
Сессия С								
Тема 1	Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.	5	1	-			4	<i>О, Р, З</i>
Тема 2	Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.	8	1	-	1		6	<i>О, З.</i>
Тема 3	Ценовая политика и ее типичные задачи.	7	1	-			6	<i>О.</i>
Тема 4	Стратегия и тактика ценообразования.	6		-			6	<i>О.</i>
Тема 5	Система ценовых методов.	7		-	1		6	<i>О, З.</i>
Тема 6	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	8	1	-	1		6	<i>О, З.</i>
Тема 7	Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.	7		-	1		6	<i>О</i>
Тема 8	Дифференциация цен.	7		-	1		6	<i>О, Т.</i>
Тема 9	Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.	7		-	1		6	<i>О, З.</i>
Тема 10	Контрактная цена.	6		-			6	<i>О, Т.</i>
Промежуточная аттестация		4						зачет
Всего:		72	4		6	4	58	

Примечание:

* – при применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий в соответствии с учебным планом;

** – формы текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), контрольная работа (КСР), коллоквиум (К), эссе (Э), реферат (Р), диспут (Д), решение задач (З) и др.

Содержание дисциплины

Тема 1. Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.

Понятие цены, ее сущность. Основные теоретические подходы к проблеме ценообразования: классический (затратная концепция ценообразования), субъективистский (теория предельной полезности), неоклассический. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями (спрос, предложение, издержки). Цена равновесия. Ценовая эластичность. Функции цены в рыночной экономике: учетно-измерительная, стимулирующая, перераспределительная, балансирующая, размещения производства. Уровень цен и необходимость его измерения.

Тема 2. Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.

Система цен в экономике. Виды цен, действующих в рыночной экономике. Дифференциация цен по характеру обслуживаемого оборота, способу установления и фиксации, степени обоснованности, времени действия, условиям продажи и поставки. Мировой рынок и применяемые на нем виды цен. Состав и структура цены. Соотношения различных видов цен. Взаимосвязь цен мирового и внутреннего рынков.

Тема 3. Ценовая политика и ее типичные задачи.

Понятие ценовой политики. Типичные задачи ценовой политики. Зависимость ценовой политики от типа рынка. Основные методы установления цены: затратный и ценностный. Методика расчета цен. Основные методы установления цен. Дифференциация цен. Способы ценовой дифференциации. Ценовая дискриминация. Ее виды.

Тема 4. Стратегия и тактика ценообразования.

Сущность маркетинговых стратегий цен. Их цели и задачи: получение прибыли, компенсация всех затрат, проникновение на рынок, увеличение или сохранение доли рынка, вытеснение конкурентов и т.д. Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования.

Тема 5. Система ценовых методов.

Сущность и виды затратных методов ценообразования. Метод ценообразования, основанный на определении полных издержек. Метод ценообразования, ориентирующийся на прямые затраты. Метод ценообразования, основанный на анализе безубыточности и обеспечения целевой прибыли. Сущность и виды рыночных методов ценообразования. Понятие и сущность метода, ценообразования, исходя из ценности товара.

Тема 6. Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.

Прямые и косвенные методы государственного регулирования процессов ценообразования. Государственное регулирование цен внутреннего рынка. Правовые основы ценообразования. Организация контроля за ценами. Индексация доходов. Координация политики цен по регионам РФ и между странами СНГ. Принципы государственного вмешательства в ценовую политику фирм и регионов. Меры по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов). Уровни государственного контроля над ценами. Запреты, действующие в области свободных цен. Воздействие государства на экспортные цены: а) экспортные субсидии и таможенный тариф; б)

товарный и валютный демпинг; в) таможенная политика; г) девальвация. Государственное регулирование цен в различных странах.

Тема 7. Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию. Понятие мировой цены. Источники информации о мировых ценах. Выбор и обоснование мирового рынка и базовой цены. Эффективность экспорта и импорта. Платежный баланс фирмы и государства. Методы формирования цен на экспортируемую и импортируемую продукцию. Расчет экспортной и импортной цены.

Тема 8. Дифференциация цен.

Понятие модификации цен. Условия и варианты дифференциации цен. Модификация цен по географическому признаку: отпускная цена предприятия по месту изготовления, единая цена с включением расходов по доставке, зональные цены, цены фрахтового базиса (базисного пункта). Дифференциация цен через систему скидок. Изменения цен для стимулирования сбыта. Премии (компенсации) потребителям. Выгодные процентные ставки при продаже в кредит. Психологическая модификация цен: ценовая дискриминация, ее формы, модификация цен в зависимости от имиджа. Ступенчатое снижение цен: по предлагаемому ассортименту товаров, при дополнительном оборудовании, ступени цен на необходимые продукты в функциональных системах, включение в цену сопутствующих продуктов и предложение пакета товаров.

Тема 9. Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.

Приведение к единым условиям поставок. Цена франко. Приведение импортной цены к сроку поставки товара. Поправка на технико-экономические различия. Поправка на количество. Поправка на условия платежа. Поправка на комплектацию поставки. Пересчет в валюту предстоящей сделки. Поправка на уторговывание. Понятие ценовой скидки. Виды ценовых скидок: а) плановые; б) тактические. Типы тактических скидок: скидки за большой объем закупок (кумулятивные, некумулятивные, ступенчатые); скидки за внесезонную закупку, скидки за ускорение оплаты, скидки для поощрения продаж нового товара, скидки при комплексной закупке товаров, скидки для верных или престижных покупателей. Открытые и закрытые скидки.

Тема 10. Контрактная цена.

Понятие контрактной цены. Виды контрактных цен. Расчет скользящей цены. Формула торможения. Цена потребления. Цена производства. Внутрифирменные трансфертные цены. Сущность и назначение трансфертных цен. Принципы построения трансфертных цен. Функции трансфертных цен. Факторы, влияющие на уровень трансфертных цен.

На самостоятельную работу студентов по дисциплине Б1.В.ОД.7 «Ценовая политика и ценообразование» выносятся следующие темы:

№ п/п	Тема	Вопросы, выносимые на СРС	Очная форма	Заочная форма
1	Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.	Теории цены. Факторы формирования цены. Признаки дифференциации цен. Как взаимосвязаны и чем различаются закупочные цены и цены государственных закупок. Характеристика НДС. Паритет цен в	О,Р,З	О,Р,З

		сельскохозяйственном производстве. Понятие «трансфертной цены».		
2	Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.	Виды ценовых надбавок. Обоснованность снабженческо-сбытовых, оптовых и торговых надбавок. Расчет ценовой надбавки. Регулирование предельного размера торговой надбавки.	0,3	0,3
3	Ценовая политика и ее типичные задачи.	Проблемы, возникающие перед предприятием в процессе ценообразования. Влияние типа рыночной структуры на ценовую политику. Влияние эластичности спроса на товар и изменения затрат на ценовую политику предприятия.	0	0
4	Стратегия и тактика ценообразования.	Реакция различных типов потребителей на изменение цен. Зависимость долгосрочных стратегий цен от текущих цен. Влияние текущей цены на будущий спрос и будущие затраты и на конкуренцию.	0	0
5	Система ценовых методов.	Калькулирование по полным затратам, по сокращенным затратам. Метод дохода на капитал. Метод надбавок и скидок. Рыночные методы ценообразования. Методы параметрического ценообразования. Ценообразование на конкурсные проекты.	0,3	0,3
6	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	Задачи, решаемые в процессе ценообразования. Методы ценообразования. Себестоимость как база оптовой цены, ее характеристика, классификация расходов, включаемых в себестоимость. Обоснование прибыли и рентабельности продукции, закладываемых в оптовой цене.	0,3	0,3
7	Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.	Стадии расчета цены на экспортируемую и импортируемую продукцию. Поправки, учитываемые при расчете внешнеторговых цен. Таможенный тариф и таможенная стоимость товара.	0	0
8	Дифференциация цен.	Региональная дифференциация цен: понятие и условия возникновения. Методы международной координации цен. Что такое: «временные цены», «краткосрочная ценовая акция», «связанное ценообразование», метод «пакетного» ценообразования, нелинейное ценообразование.	0, Т	0, Т
9	Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.	Виды ценовых скидок (на конкретных примерах). Метод надбавок и скидок. Виды ценовых поправок.	0,3	0,3
10	Контрактная цена.	Установление контрактной цены. Элементы контрактной цены. Основной метод расчета контрактной цены.	0, Т	0,Т

		Основные формы цены контракта. Скользкая цена.		
--	--	---	--	--

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ОД.7 «Ценовая политика и ценообразование» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Методы текущего контроля успеваемости
Очная форма		
Тема 1	Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.	Устный опрос, Проверка реферата, решение задач
Тема 2	Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.	Устный опрос, решение задач
Тема 3	Ценовая политика и ее типичные задачи.	Устный опрос
Тема 4	Стратегия и тактика ценообразования.	Устный опрос
Тема 5	Система ценовых методов.	Устный опрос, решение задач
Тема 6	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	Устный опрос, решение задач
Тема 7	Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.	Устный опрос
Тема 8	Дифференциация цен.	Устный опрос, письменный тест
Тема 9	Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.	Устный опрос, решение задач
Тема 10	Контрактная цена.	Устный опрос, Письменный тест
Заочная форма		
Тема 1	Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.	Устный опрос, Проверка реферата, Решение задач
Тема 2	Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.	Устный опрос, Проверка реферата, Решение задач
Тема 3	Ценовая политика и ее типичные задачи.	Устный опрос, Проверка рефератов
Тема 4	Стратегия и тактика ценообразования.	Устный опрос, Письменный тест
Тема 5	Система ценовых методов.	Устный опрос, Решение задач
Тема 6	Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.	Устный опрос, Проверка реферата, Решение задач
Тема 7	Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.	Устный опрос
Тема 8	Дифференциация цен.	Устный опрос, Проверка реферата, Решение задач
Тема 9	Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.	Устный опрос, Решение задач
Тема 10	Контрактная цена.	Устный опрос, Письменный тест

4.1.2. Экзамен (зачет) проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета методом устного опроса по перечню примерных вопросов из п.4.3.

К сдаче зачета по дисциплине допускаются студенты, получившие не меньше 60 баллов при текущей аттестации. При подготовке к зачету студент внимательно просматривает вопросы, предусмотренные рабочей программой, и знакомится с рекомендованной основной литературой. Основой для сдачи зачета студентом является изучение конспектов обзорных лекций, прослушанных в течение семестра, информация, полученная в результате самостоятельной работы, и практические навыки, освоенные при решении задач в течение семестра.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Тема 1. Понятие и сущность цены. Ее функции и взаимосвязь с другими экономическими категориями.

Вопросы для устного опроса:

1. Понятие и сущность цены.
2. Основные теоретические подходы к проблеме ценообразования.
3. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями.
4. Функции цены.
5. Виды цен.

Темы рефератов:

- 1) Определение сущности стоимости на ранних этапах развития экономической науки (Древний Китай, Индия, Древняя Греция).
- 2) Плановое ценообразование, его достоинства и недостатки по сравнению с рыночным ценообразованием. Система цен при плановой экономике (в бывшем СССР).
- 3) Основные этапы проведения либерализации цен в России. Раскройте смысл реформы, цели и последствия.
Особенности ценообразования на рынках различных типов (свободная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия).

Вопросы к игре на семинарском занятии № 1

Задание 1. Что такое «ценообразование»?

Задание 2. В чем заключается сущность концептуального подхода к экономическому содержанию и понятию цены, изложенного представителями классической школы? Назовите основных представителей данной школы.

Задание 3. Каковы принципиальные теоретические предпосылки формирования цен, излагаемые в концепции маржиналистов? Кто является основоположником данного направления экономической теории?

Задание 4. Что такое цена?

Задание 5. Дайте характеристику нижеприведенным экономическим явлениям и терминам:

- а) Товары Гиффена;
- б) Товары Веблена;
- в) «Белый слон»;
- г) Ножницы цен;
- д) Ценовой ринг;
- е) «Ценовой круг»;
- ж) Закон Энгеля.

Задание 6. Функция спроса на товар: $Q_d=7-P$, функция предложения данного товара: $Q_s=-5+2P$, где Q_d и Q_s – объем спроса и предложения, P -цена единицы товара. Определите равновесную цену и равновесный объем продаж. Представьте полученный результат графически.

Задание 7. Цена товара колеблется в интервале от 4 до 5 денежных единиц. При $P_1=4$ денеж. ед. объем спроса=4000 ед. продукции. При $P_2 =5$ объем спроса=2000 единиц продукции. Рассчитайте коэффициент прямой эластичности спроса по цене.

Задание 8. «Кока-Кола» подорожала на 10%, в результате чего спрос на нее снизился, зато спрос на «Пепси-Колу» вырос, допустим, на 15%. Сколько составляет перекрестная эластичность спроса на «Пепси» по цене «Кока-Колы»? Какими товарами являются «Кока-Кола» и «Пепси-Кола»?

$$E_{da}^{Pb} = \frac{15\%}{10\%} = 1,5 \rightarrow E_{da}^{Pb} > 0.$$

Данные товары являются **взаимозаменяемыми** товарами (субститутами).

Задание 9. Запчасти для автомобилей подорожали на 10 %, в результате чего спрос на машины упал на 5 %. Рассчитайте коэффициент перекрестной эластичности спроса на автомашины по цене запчастей. Какими товарами являются запчасти и автомобиль?

$$E_{da}^{Pb} = \frac{-5\%}{10\%} = -0,5 \rightarrow E_{da}^{Pb} < 0.$$

Данные товары являются **взаимодополняющими** (комплементарными)

Задание 10. Определить дуговой коэффициент эластичности спроса по цене, если известно, что при цене 20 руб. объем спроса на товар 600 единиц, а при цене 30 руб. – 400 единиц. К какой группе следует отнести данный товар?

Задание 11. Высшее учебное заведение осуществляет подготовку специалистов с полным возмещением затрат по трем специальностям. Определите, как изменится спрос на каждую из специальностей под влиянием изменения цен на одну из них, как изменится выручка вуза под влиянием изменения цен.

Показатели	Специальности		
	Финансы и кредит	Налоги и налогообложение	Менеджмент организации
Базовая цена, руб. в год	0	2000	16000
Новая цена, руб. в год	0	2200	16000
Объем спроса базовый, чел.	40	36	35
Коэффициент эластичности спроса по цене	-1,5	-2	-2,3
Коэффициент перекрестной эластичности спроса на соответствующие специальности по цене на специальность "Финансы и кредит"		1,2	0,5

Задание 12. Определите коэффициент эластичности спроса по цене, если при снижении цены на 10% выручка увеличилась на 6%.

Тема 2. Система цен в экономике. Виды и структура цен. Взаимосвязь цен.

Вопросы для устного опроса:

1. Система цен в экономике. Виды цен, действующих в рыночной экономике.

2. Дифференциация цен по различным признакам:
 - а) по способу установления;
 - б) по характеру обслуживаемого оборота;
 - в) по степени обоснованности;
 - г) по времени действия;
 - д) по условиям продажи и поставки.
3. Взаимосвязь цен. Базисные элементы цены.
4. Доклад на тему «Сопоставимые (реальные) и действующие (номинальные) цены» (привести пример расчета сопоставимой цены).
5. Основные элементы цены.
6. Себестоимость в составе цены.
7. Прибыль в составе цены.
8. Наценки посредников в цене товара.
9. Какие основные элементы составляют розничную цену?
10. Что такое трансфертная цена?
11. В чем заключается особенность закупочных цен?
12. Что такое скользящая цена?
13. В чем отличие фиксированных цен от предельных цен?

Темы рефератов:

1. Запрещенные приемы при установлении цен.
2. Практика соблюдения (нарушения) принципов ценообразования на отечественных предприятиях.
3. Сущность и правила калькуляции издержек.
4. Принцип «ценового коридора».

Задача 1. Рассчитайте цену товара на момент поставки исходя из следующих условий. Цена товара на момент заключения договора поставки составила 1200 руб., доля заработной платы в цене товара на момент заключения договора составила 20%, доля сырья – 35%. Стоимость 1 кг сырья на момент заключения договора – 300 руб., на момент исполнения договора – 450 руб., заработная плата на момент заключения договора – 2200 руб., на момент исполнения договора – 3300 руб.

Тема 3. Ценовая политика и ее типичные задачи.

Вопросы для устного опроса:

1. Ценовая политика: понятие, задачи.
2. Зависимость ценовой политики от типа рынка.
3. Определите содержание политики «убыточного лидера».
4. Перечислите основные достоинства и недостатки затратного и ценностного ценообразования.
5. Какими могут быть цели ценовой политики?
6. Что такое дифференциация цен?
7. Назовите основные виды ценовых модификаций (дифференциации цен).
8. Что такое ценовая дискриминация?
9. Дайте характеристику разновидностям ценовой дискриминации.
10. Какие условия необходимы для осуществления политики ценовой дискриминации?
11. Чем торговая скидка отличается от торговой наценки?
12. Назовите основные виды ценовых скидок.
13. Почему скидки с цены трактуются как ценовая дискриминация?
14. Дайте характеристику основным методам установления цены по географическому принципу.

15. Сформулируйте основные принципы установления цен в рамках товарной линии. Что такое ценовые ступени.

Темы рефератов:

1. Ценообразование на разных этапах жизненного цикла товара (на конкретном примере).
2. Особенности ценообразования на рынке совершенной конкуренции, олигополистическом, монополистическом рынках (на конкретном примере).
3. Практика использования ценовой дискриминации на отечественных предприятиях.

Тема 4. Стратегия и тактика ценообразования.

Вопросы для устного опроса:

1. Что такое ценовая стратегия?
2. Как соотносятся между собой ценовая политика и ценовая стратегия?
3. Каковы основные этапы формирования ценовой стратегии?
4. Какова роль стратегического анализа в формировании ценовой стратегии?
5. Чем определяется выбор типа ценовой стратегии?
6. Назовите основные стратегии ценообразования.
7. В чем заключается ценовая “стратегия снятия сливок”?
8. В чем заключается ценовая “стратегия скользящей падающей цены”?
9. Каким образом различные ценовые стратегии могут быть использованы для реализации основных типов маркетинговых стратегий.

Тестовые задания:

Задание 1. В каком случае используется стратегия ценового прорыва:

- а) установление цен исходя из того соотношения «цена/ценность», которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров;
- б) установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью, и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка;
- в) установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, и получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка.

Задание 2. На основе какого рекламного лозунга можно выстроить стратегию премиального ценообразования для рынка детской одежды:

- а) «Недорогая и качественная одежда для ваших детей. Одни из самых низких цен в регионе – радостно для малыша, необременительно для родительского кошелька»;
- б) «Ваш малыш – яркая личность? Тогда одевайте его у нас – стильно, удобно, практично, современно. Приемлемые цены, скидки и подарки для новорожденных»;
- в) «Дети – самое драгоценное в вашей жизни. Так пусть наша одежда из чисто натуральных волокон будет достойной оправой для этих драгоценностей!».

Задание 3. Каким образом при реализации стратегии ступенчатых премий (ступенчатого снижения цен) можно избежать падения продаж из-за воздержания покупателей от покупок?:

- а) осуществлять снижение цен реже, что порождает для покупателей потери из-за воздержания от использования желанного товара;
- б) добиться существенного удешевления товара за счет сокращения величины удельных постоянных затрат;
- в) инвестировать крупные средства в маркетинговые программы.

Задание 4. В каком случае имеет место модификация цен в зависимости от имиджа:

- а) театр варьирует цены на входные билеты в зависимости от предпочтений публики по расположению посадочных мест;
- б) изготовитель лимонада заменяет в напитке сахар на сахарин и продает его дороже в качестве диетического напитка с пониженным содержанием калорий;

в) зимние сапоги весной продаются по более низким ценам, чем осенью.

Задание 5. На каком этапе формирования ценовой стратегии происходит анализ конкуренции:

- а) сбор исходной информации;
- б) стратегический анализ;
- в) формирование стратегии.

Задание 6. Какая стратегия лежит в основе системы продаж товаров по телевизору:

- а) стратегия премиального ценообразования;
- б) стратегия ценового прорыва;
- в) нейтральная стратегия ценообразования.

Тема 5. Система ценовых методов.

Вопросы для устного опроса:

- 1. Затратные методы ценообразования;
- 2. Параметрические методы определения цен;
- 3. Рыночные методы определения цены.

Задание 1. Составьте калькуляцию себестоимости газовой плиты и определите прибыль предприятия-изготовителя от реализации этой плиты. Рассчитайте свободную розничную цену газовой плиты. Известны следующие данные: сырьё и материалы – 1700 руб., полуфабрикаты – 220 руб., транспортные расходы по доставке сырья, материалов, полуфабрикатов – 148 руб., топливо и электроэнергия на технологические цели – 19 руб., основная зарплата производственных рабочих – 450 руб.; дополнительная зарплата производственных рабочих – 13 %, отчисления на социальное страхование – 37 %, расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 117 %, общезаводские расходы – 105 %, прочие производственные расходы – 42 % к основной зарплате производственных рабочих; внепроизводственные расходы – 1,5 % к производственной себестоимости. Свободная отпускная цена (с НДС) – 6800 руб., НДС – 20 % к свободной отпускной цене (без НДС), торговая надбавка – 25 % к свободной отпускной цене, налог с продаж – 5%.

Задание 2. Определив цену методом прямых затрат, выясните, при каком объеме продаж по определенной цене, предприятие получит наибольшую прибыль, выбрав один, наиболее предпочтительный для предприятия, вариант из предложенных в таблице:

Затраты за месяц, руб.	Варианты объемов реализации			
	1	2	3	4
Предполагаемая цена единицы продукции	19	17	16	15
Сумма переменных (прямых) затрат (производственных и сбытовых)	9,69	9,57	9,50	9,45
«Маржинальная» прибыль на единицу продукции	?	?	?	?
Ожидаемый объем продаж, шт.	450	650	850	950
Суммарная «маржинальная» прибыль	?	?	?	?
Постоянные затраты при 100%-ном освоении производственных мощностей	2000	2000	2000	2000
Реализованная прибыль	?	?	?	?

Задание 3. Имеется информация, относящаяся к магазину, который в настоящее время продает 25 000 пар обуви в год.

Цена продаж пары обуви, руб. – 1400

Закупочная цена за пару обуви, руб. – 1050

Совокупные постоянные издержки за год, тыс. руб. – 1800

Ответы на каждый вопрос дайте независимо от той информации, которая содержится в других заданиях.

Определите точку безубыточности и кромку безопасности. Рассчитайте прибыль (убытки) магазина.

а) Если бы за реализацию одной пары обуви были введены комиссионные в размере 5% от цены продаж, сколько пар обуви нужно было бы реализовать ежегодно, чтобы прибыль увеличилась на 20% по сравнению с базовым уровнем?

б) Предположим, что на следующий год предполагается провести дополнительную рекламную кампанию, которая обойдется в 80 000 руб., в то же время цены реализации должны быть увеличены на 10%. Какой будет точка безубыточности? При каком объеме продаж прибыль увеличится на 20%? Какой должна быть эластичность спроса по цене, чтобы при увеличении цены на 10% обеспечить необходимый объем продаж?

Задание 4. Постоянные затраты предприятия в год – 50 000 руб. Отпускная цена единицы продукции – 18 руб. Переменные затраты на единицу продукции – 10 руб. Текущий объем продаж – 8000 шт. Определите:

- Возможное изменение цены товара при сокращении переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 5000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

- Какую отпускную цену единицы продукции следует установить для увеличения прибыли на 15% при продаже прежнего количества продукции.

Задание 5. Постоянные издержки за год – 60 000 руб.

Цена реализации единицы продукции – 20 руб. Переменные издержки на единицу продукции – 12 руб. Текущий объем реализации – 8200 шт. Определите:

- Какую прибыль получит предприятие после сокращения переменных затрат на 10% и постоянных затрат на 8000 руб. при условии, что текущий объем продаж сохранится тем же.

- Какую цену реализации следовало бы установить для получения прибыли в размере 28 000 руб. от реализации 8200 единиц продукции.

- Какой дополнительный объем продаж необходим для покрытия возросшей на 6 750 руб. арендной платы в связи с расширением производственных мощностей.

Задание 6. Определите верхний уровень цены на кухонную электрическую плиту балловым методом, если цена базовой плиты 4950 руб., балловая оценка основных параметров базового и нового изделий приведена в таблице.

	Оценка параметров, баллов					
	Количество потребляемой электроэнергии	Разнообразие функций	Дизайн	Срок службы	Безопасность	Мощность
Базовая	75	50	40	60	45	40
Новая	80	70	55	60	52	50
Коэффициент весомости	0,3	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1

Задание 7. Определите верхний уровень цены нового насоса, если значение его основного параметра равно 600 мм³/мин., рентабельность 20% к себестоимости.

Топливные насосы рядного типа	Фактическая себестоимость единицы изделия 5 года выпуска	Объем топлива, подаваемый насосами в течение 1 мин. к цилиндрам двигателя (мм ³ /мин.)	Удельная себестоимость, руб./(мм ³ /мин.)
1	32	72	0,440

2	33	138	0,239
3	42	257	0,163
4	51	267	0,191
5	60	271	0,221
6	64	347	0,184
7	108	490	0,220

Задача 8. Методом удельного ценообразования определите верхнюю границу цены нового снегохода «Yamaha», предназначенного для туризма, объем двигателя 720 см³.

Модель	Объем двигателя, см ³	Цена, долл. США	Удельная цена
Yamaha VT 500 XL	485	8600	
Yamaha VT 600	593	9900	
Yamaha VT 700	698	10900	

Тема 6. Методы государственного регулирования и контроля процессов ценообразования.

Вопросы для устного опроса:

1. Какие основные группы факторов определяют цели ценовой политики фирмы?
2. Каков состав постоянных и переменных затрат и какова их экономическая роль при расчете цен?
3. Чем отличаются приростные затраты от переменных?
4. Какое отношение к цене у потребителя?
5. Почему изменение цен необходимо увязывать с эластичностью спроса?
6. Как влияет ценовая эластичность на общую выручку предприятия?
7. Каким образом на чувствительность покупателя к ценам влияет наличие на рынке замещающих товаров?
8. Для каких товаров повышение цены может стать фактором роста объемов реализации?
9. Каким образом предприятие должно реагировать на изменение цен конкурентами?
10. Каковы основные направления государственного регулирования ценообразования?
11. Как влияет система государственного ограничения цен на устойчивость равновесия рынка?
12. Какие факторы должен учитывать производитель при изменении цен для обеспечения гармоничного взаимодействия участников канала товародвижения?
13. Государственное регулирование ценообразования: виды и формы государственного ограничения ценообразования, используемые в рыночной экономике.
14. Формы осуществления ценовой политики государства.
15. Методы осуществления государственного ценового регулирования.
16. Государственный контроль за соблюдением дисциплины цен.
17. Государство и совершенствование ценовой нормативной базы, обеспечивающей эффективное функционирование рыночной экономики.
18. Государственное регулирование цен.
19. Саморегулирование цен.
20. Общественное регулирование цен.
21. Факторы и методы воздействия государства на цены.
22. Регулирование цен в зарубежных странах.

Темы рефератов:

1. Государственное регулирование цен в зарубежных странах (по разным странам).

2. Роль государства в регулировании внешнеторговых цен (протекционизм и либерализм).
3. Влияние экономической конъюнктуры рынка товаров и услуг на ценообразование.
4. Психологический фактор ценообразования.
5. Риск в определении цен. Основные методы снижения риска.

Задача 1.

Предприятие реализует продукцию в объеме 15000 шт. по цене 7 руб. постоянные затраты составляют 30000 руб., сумма переменных затрат составляет 60000 руб. Предприятие планирует увеличение выпуска продукции до 20000 шт. Какую цену необходимо установить предприятию, чтобы была сохранена рентабельность продукции на прежнем уровне? Какой будет прибыль предприятия?

Задача 2.

Предприятие имеет на рынке следующие функции спроса и затрат:

$$Q=300 - 3P \rightarrow P=100 - 0,33Q$$

$$TC=3000+9Q$$

Какой должна быть максимальная цена, чтобы предприятие получило максимальную прибыль? Каковы размеры этой прибыли? Определите точку безубыточности, исходя из полученной цены?

Задача 3.

Себестоимость изделия составляет 40 руб., а прибыль предприятия изготовителя составляет 20% от себестоимости. Товар поступает в розничную торговлю непосредственно от предприятия изготовителя без посредников. Торговая надбавка составляет 20 % от отпускной цены. НДС -18%. Следует определить розничную цену товара, а так же процент (удельный вес) каждого элемента от розничной цены товара.

Тема 7. Ценообразование на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Вопросы для устного опроса:

1. Что такое мировой рынок и каковы его черты?
2. Как определяются мировые цены?
3. В чем сущность справочных цен?
4. В чем выражаются современные особенности ценообразования в международной торговле?
5. Каковы функции таможенных пошлин в международной торговле?
6. В чем сущность ценовой конкурентоспособности товара на международном рынке?

Тема 8. Дифференциация цен.

Вопросы для устного опроса:

1. Сущность дифференциации цен.
2. Цели и необходимые условия дифференциации цен.
3. Виды и формы дифференциации цен.
4. Региональная дифференциации цен: критерии, сущность, условия возникновения.
5. Краткосрочная временная дифференциация цен: основы краткосрочных ценовых акций.
6. Дифференциации цен на основе различий продукции.
7. Дифференциации на основе «связки» (пакета) цен.
8. Нелинейное ценообразование как форма дифференциации цен.

Темы рефератов:

1. Страхование цен.
2. Инфляция и цены.

3. Цены и кредитные отношения.
4. Налогообложение и цены.

Тестовые задания:

Задание 1. Какое из приведенных ниже объявлений свидетельствует о проведении фирмой политики ценовой дискриминации:

- а) «широкий выбор автомобильных холодильников емкостью 10 л. Холодильник марки «Роса» стоит 3599 руб., марки «Полюс» -3 619 руб., марки «Север» -4 639 руб.»;
- б) «в продаже имеется йогурт марки «Данон». Цена за упаковку – 25 руб., за блок из 4-х упаковок – 90 руб.».

Задание 2. Какой из методов модификации цен не относится к географической дифференциации:

- а) зональная цена;
- б) цена фрахтового базиса;
- в) цена-приманка.

Тема 9. Методы корректировки цены. Ценовые скидки. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.

Вопросы для устного опроса:

1. Что является источником покрытия тактических и плановых скидок с цен?
2. Какие скидки оказывают наибольшее воздействие на величину дебиторской задолженности?
3. Почему скидки с цены трактуются законодательством как ценовая дискриминация?
4. В каких случаях используются поправки к ценам?
5. Какие виды ценовых поправок и методы их расчета Вы знаете?
6. В чем заключается смысл применения и механизм расчета скользящей цены?

Темы рефератов:

1. Скидки с цен. Виды скидок (примеры).

Задача 1. Приведите импортную цену к сроку поставки товара при условии, что цена 1 тонны кукурузы на зерно, предложенная в конкурентном материале, составляет 4000 руб. Со времени получения данной коммерческой информации прошло 4 месяца, и индекс цен на зерно изменился с 0,72 до 0,91. Определите цену тонны продукции на момент заключения контракта.

Задача 2. Рассчитайте поправку на технико-экономические различия. Цена установки по производству минеральных удобрений, рассчитанной на производство 75 тонн удобрений в месяц, составляет 280 тыс. руб. Данная цена принимается в качестве базисной. Определить предполагаемую цену установки, рассчитанной на производство 86 тонн удобрений в месяц, принимая коэффициент торможения = 0,46.

Задача 3. Рассчитать скользящую цену. Базисная цена автоматической линии составила 18 млн. руб. Доля в цене расходов на материалы = 1/3 от общей цены, удельный вес в цене расходов на заработную плату = 2/5 от общей цены. Все остальные издержки приняты в качестве неизменной составляющей цены. Базисная цена на материалы установлена в размере 6,7 млн. руб., базисные затраты на заработную плату = 4,2 млн. руб. Определить окончательную цену автоматической линии, если цена материалов за период выполнения заказа возросла до 8,6 млн. руб., а расходы на заработную плату – до 4,9 млн. руб.

Тема 10. Контрактная цена.

Вопросы для устного опроса:

1. Схема расчета контрактной цены.
2. Этапы формирования контрактной цены.
3. Использование методов ценообразования.
4. Состав и структура контрактной цены.
5. Влияние базисных условий поставки на цену.
6. Внесение коммерческих поправок в контрактные цены.
7. Контрактная цена как основа для определения таможенной стоимости и расчета таможенных платежей:
 - роль государства в регулировании ВЭД;
 - расчет таможенной стоимости с использованием различных методов при ввозе и вывозе товаров.

Шкала оценивания

Устный опрос и решение задач

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проведении устного опроса является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умение применять полученные знания на практике, овладение навыками анализа и систематизации финансовой информации в области государственных и муниципальных финансов.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять действующее бюджетное законодательства в своей профессиональной деятельности, владеет навыками анализа действующей бюджетной системы РФ
89% - 75%	Учащийся демонстрирует совершенное знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять действующее бюджетное законодательства в отдельных сферах профессиональной деятельности, владеет основными навыками анализа действующей бюджетной системы РФ
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, умеет применять действующее бюджетное законодательства в отдельных сферах профессиональной деятельности, частично владеет основными навыками анализа действующей бюджетной системы РФ
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знаний основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции, не умеет применять действующее бюджетное законодательства в своей профессиональной деятельности, не владеет навыками анализа действующей бюджетной системы РФ

Тестирование

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при устном ответе во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критерием оценивания при проведении тестирования, является количество верных ответов, которые дал студент на вопросы теста. При расчете количества баллов, полученных студентом по итогам тестирования, используется следующая формула:

$$B = \frac{B}{O} \times 100 \%,$$

где Б – количество баллов, полученных студентом по итогам тестирования;

В – количество верных ответов, данных студентом на вопросы теста;

О – общее количество вопросов в тесте.

Проверка реферата

Уровень знаний, умений и навыков обучающегося при проверке реферата во время проведения текущего контроля определяется баллами в диапазоне 0-100 %. Критериями оценивания при проверке реферата является демонстрация основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

При оценивании результатов устного опроса используется следующая шкала оценок:

100% - 90%	Учащийся демонстрирует совершенное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
89% - 75%	Учащийся демонстрирует знание большей части основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
74% - 60%	Учащийся демонстрирует достаточное знание основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.
менее 60%	Учащийся демонстрирует отсутствие знания основных теоретических положений, в рамках осваиваемой компетенции.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации.

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК - 4	Способность выполнять необходимые для составления экономических разделов планов расчеты, обосновывать их и представлять результаты работы в соответствии с принятыми стандартами.	ПК – 4.1.	Способность применять знания и формирование практических навыков разработки эффективной ценовой политики, стратегии и тактики фирмы с учетом стоящих перед ней задач, тенденций рынка, действующего законодательства.

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания	Критерий оценивания
ПК-4.1 Способность применять знания и формирование практических навыков разработки эффективной ценовой политики, стратегии и тактики фирмы с учетом стоящих перед ней задач, тенденций рынка, действующего законодательства.	Использует методологию и инструментарий формирования цены и ценовой политики предприятия.	<ul style="list-style-type: none"> • Рассчитывает основные элементы цены, составляющие ее. • Характеризует порядок формирования цены и ценовой политики предприятия.
	Использует данные анализа влияния конкуренции на принятие ценовых решений, формирования информационной базы, обеспечивающей принятие адекватных ценовых решений. Использует методы ценообразования в зависимости от сферы деятельности и условий хозяйствования.	<ul style="list-style-type: none"> • Анализирует основные показатели исполнения бюджетов бюджетной системы РФ. • Устанавливает необходимость, цель и задачи разработки ценовой стратегии и ценовой политики предприятия.
	Оценивает владение понятийным аппаратом	<ul style="list-style-type: none"> • Выделяет основные

	<p>ценообразования, навыками работы с законодательными актами в области ценообразования, постановлениями правительства по ценовым вопросам.</p>	<p>функции цены в процессе формирования цены и ценовой политики предприятия.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Обосновывает выбор методики установления цены и ценовой политики предприятия. • Устанавливает алгоритм проведения мероприятий по контролю за установлением цен на отдельные группы товаров (работ, услуг) на основе действующей нормативно-правовой базы.
--	---	---

4.3.2. Типовые оценочные средства

Вопросы для тестирования:

1. «Ценообразование» - это:

а) формирование цен государственными органами в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют требованиям законов;

б) процесс формирования уровней, структуры, динамики цен, образующих единую систему, в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют развитию экономики в каждом конкретном периоде времени;

в) формирование цен, при которых производитель товара получает максимальную прибыль, происходит расширение рынков сбыта и увеличение объемов продаж.

2. Сущность стимулирующей функции цены:

а) с помощью механизма цен происходит перелив капитала в те сектора экономики, в развитие производств, где имеется высокая норма прибыли;

б) варьируется уровень прибыли в цене, что побуждает производителя улучшать качественные параметры товаров, обновлять ассортимент, сокращать нерациональные перевозки и т.д.;

в) свертывается производство продукции, не пользующейся спросом, а стимулируется направление ресурсов на увеличение производства необходимой рынку продукции.

3. Структуру отпускной цены предприятия составляют следующие базисные элементы:

а) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка;

б) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС, торговая наценка;

в) таможенная стоимость товара в рублях, импортная таможенная пошлина, торговая наценка, акциз, НДС;

г) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС.

4. «Ценовая политика» – это:

- а) набор методов, с помощью которых принципы ценообразования можно реализовать на практике;
- б) продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту);
- в) общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги.

5. При использовании метода ценообразования на основе ощущаемой ценности товара:

- а) основным фактором ценообразования является покупательское восприятие;
- б) фирма отталкивается в основном от цен конкурентов в данной отрасли;
- в) фирма ориентируется в большей степени на собственные издержки.

6. Убыточный лидер продаж – это:

- а) товар, величина спроса на который может снизиться при повышении доходов покупателя;
- б) товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других ее товаров;
- в) товар, цена на который устанавливается на уровне более низком, чем по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью. При этом большая масса прибыли получается за счет увеличения объема продаж.

7. В чем состоит основная слабость и неудобство чисто затратного ценообразования:

- а) не всегда у фирмы есть специалисты и менеджеры, которые владеют более совершенными методами ценообразования;
- б) затратное ценообразование опирается на внутрифирменную информацию (бухгалтерская отчетность и документы, регламентирующие величину наценок);
- в) затратный метод использует как основу определения цены средние переменные затраты.

8. Почему после 10 часов вечера тарифы на междугородные телефонные разговоры устанавливаются на более низком уровне?

- а) используются дифференцированные тарифы, поскольку выгодно иметь как можно меньшие резервные мощности;
- б) делается скидка для привлечения наименее обеспеченных клиентов к потреблению этого вида услуг;
- в) по соображениям благотворительности.

9. Определите, в каком случае используется затратное ценообразование:

- а) в качестве отправной точки принимаются фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров;
- б) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность/затраты»;
- в) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций.

10. К какому типу стратегических игр относятся ценовые войны:

- а) игра с отрицательной суммой выигрыша;
- б) игра с положительной суммой выигрыша;
- в) двухмерный маркетинговый план.

11. Какой из методов конкурентной борьбы не относится к ценовой конкуренции:

- а) гарантийные условия;
- б) ценовой зонтик;
- в) «надстройка шпиля».

12. Поставив перед собой задачу ценообразования, зная график спроса и расчетную сумму издержек, фирма готова перейти к следующему этапу расчета исходной цены товара, на котором происходит:

- а) выбор метода ценообразования;
- б) установление окончательной цены;
- в) анализ цен и товаров конкурентов.

13. Какое из приведенных ниже объявлений свидетельствует о проведении фирмой политики ценовой дискриминации:

- а) «широкий выбор автомобильных холодильников емкостью 10 л. Холодильник марки «Роса» стоит 3599 руб., марки «Полюс» -3 619 руб., марки «Север» -4 639 руб.»;
- б) «в продаже имеется йогурт марки «Данон». Цена за упаковку – 25 руб., за блок из 4-х упаковок – 90 руб.».

14. Какой из методов модификации цен не относится к географической дифференциации:

- а) зональная цена;
- б) цена фрахтового базиса;
- в) цена-приманка.

15. В каком случае используется стратегия ценового прорыва:

- а) установление цен исходя из того соотношения «цена/ценность», которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров;
- б) установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью, и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка;
- в) установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, и получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка.

16. На основе какого рекламного лозунга можно выстроить стратегию премиального ценообразования для рынка детской одежды:

- а) «Недорогая и качественная одежда для ваших детей. Одни из самых низких цен в регионе – радостно для малыша, необременительно для родительского кошелька»;
- б) «Ваш малыш – яркая личность? Тогда одевайте его у нас – стильно, удобно, практично, современно. Приемлемые цены, скидки и подарки для новорожденных»;
- в) «Дети – самое драгоценное в вашей жизни. Так пусть наша одежда из чисто натуральных волокон будет достойной оправой для этих драгоценностей!».

17. Каким образом при реализации стратегии ступенчатых премий (ступенчатого снижения цен) можно избежать падения продаж из-за воздержания покупателей от покупок?:

- а) осуществлять снижение цен реже, что порождает для покупателей потери из-за воздержания от использования желанного товара;
- б) добиться существенного удешевления товара за счет сокращения величины удельных постоянных затрат;
- в) инвестировать крупные средства в маркетинговые программы.

18. В каком случае имеет место модификация цен в зависимости от имиджа:

- а) театр варьирует цены на входные билеты в зависимости от предпочтений публики по расположению посадочных мест;
- б) изготовитель лимонада заменяет в напитке сахар на сахарин и продает его дороже в качестве диетического напитка с пониженным содержанием калорий;
- в) зимние сапоги весной продаются по более низким ценам, чем осенью.

19. На каком этапе формирования ценовой стратегии происходит анализ конкуренции:

- а) сбор исходной информации;
- б) стратегический анализ;
- в) формирование стратегии.

20. Какая стратегия лежит в основе системы продаж товаров по телевизору:

- а) стратегия премиального ценообразования;
- б) стратегия ценового прорыва;
- в) нейтральная стратегия ценообразования.

Ответы на вопросы теста: 1. а; 2.б;3.в; 4.а; 5.б; 6.а; 7.в; 8.а; 9.а; 10.а; 11.а; 12.в; 13.б; 14.в; 15.в; 16.в; 17.а; 18.б; 19.б; 20.б.

Вопросы к зачету

1. Понятие и сущность цены. Функции цены в современной экономике.
2. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями.
3. Система цен в экономике. Основные виды цен.
4. Базовые элементы цены.
5. Исторические этапы развития ценообразования в России (реформы оптовых и розничных цен).
6. Система цен при плановой экономике. Её достоинства и недостатки.
7. Либерализация цен. Сущность и результаты проведения.
8. Ценовая политика фирмы. Ее типичные задачи.
9. Зависимость ценовой политики от типа рынка.
10. Сопоставимые (реальные) и действующие (номинальные) цены.
11. Виды цен, устанавливаемых производителями на свою продукцию. Контроль над ценами в производстве.
12. Дифференциация цен, ее сущность и варианты.
13. Ценовая дискриминация, ее типы.
14. Методы государственного регулирования цен внутреннего рынка и контроль за их использованием.
15. Уровни государственного контроля над ценами в РФ.
16. Воздействие государства на экспортные цены (товарный и валютный демпинг, экспортное субсидирование, девальвация, таможенно-тарифное регулирование).
17. Ценовая стратегия предприятия. Основные этапы разработки ценовой стратегии. Типы ценовой стратегии.
18. Мировая цена. Источники информации о мировых ценах.
19. Расчет импортной цены.
20. Расчет экспортной цены.
21. Основные факторы, определяющие движение цен в международной торговле.
22. Основные методы установления цен: затратный и ценностный.
23. Этапы расчета цен. Методы определения базисной цены.
24. Установление верхней и нижней границы цены (её максимального и минимального уровня), а также её оптимального уровня в практике отечественных предприятий.
25. Полная калькуляция и калькуляция прямых затрат при установлении цены.
26. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.
27. Ценовые скидки. Виды скидок.
28. Контрактная цена: понятие, виды. Формула торможения.
29. Расчет скользящей цены.
30. Прогнозирование цен. Методы ценового прогноза.
31. Основные теоретические подходы к проблеме ценообразования.
32. Уровень цен, необходимость его измерения. Сопоставимость цен.

33. Ценообразование в сфере услуг. Цена на лицензии и ноу-хау. Роялти и паушальные платежи.
34. Ценообразование в сфере услуг. Цена инженерно-консультационных услуг.
35. Ценовая конкуренция, ее виды и способы реализации.
36. Рыночная цена земли.
37. Формирование цен на биржевые товары. Механизм расчета фьючерсной цены. Определение базиса.
38. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
39. Ценообразование и налогообложение.
40. Ценообразование в системе страхования.

Шкала оценивания

При оценивании результатов обучения используется следующая шкала оценок:

100% - 90% (отлично)	Этапы формирования компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на высоком уровне. Свободное владение материалом, выявление межпредметных связей. Уверенное владение понятийным аппаратом дисциплины. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы на высоком уровне. Способность к самостоятельному нестандартному решению практических задач
89% - 75% (хорошо)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы достаточно. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Присутствуют навыки самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества.
74% - 60% (удовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, сформированы на минимальном уровне. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала, в т.ч. в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере.
менее 60% (неудовлетворительно)	Этапы компетенции, предусмотренные образовательной программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по дисциплине. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности не сформированы.

4.4. Методические материалы

Процедура оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций, осуществляются в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации студентов в ФГБОУ ВО РАНХиГС и Регламентом о балльно-рейтинговой системы в Волгоградском институте управления - филиале РАНХиГС.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по написанию рефератов

Реферат является индивидуальной самостоятельно выполненной работой студента. Тему реферата студент выбирает из перечня тем, рекомендуемых преподавателем, ведущим соответствующую дисциплину. Реферат, как правило, должен содержать следующие структурные элементы: Титульный лист Содержание Введение Основная часть Заключение Список литературы Приложения (при необходимости).

Требования к объему: не более 15 страниц. Оформление: Шрифт Times New Roman, 12 шрифт, 1,5 интервала, 1,5 см абзацный отступ. Оригинальность по системе Антиплагиат.ВУЗ – не менее 60 процентов.

Рекомендации по планированию и организации времени, необходимого на изучение дисциплины

Структура времени, необходимого на изучение дисциплины

Форма изучения дисциплины	Время, затрачиваемое на изучение дисциплины, %
Изучение литературы, рекомендованной в учебной программе	40
Решение задач, практических упражнений и ситуационных примеров	40
Изучение тем, выносимых на самостоятельное рассмотрение	20
Итого	100

Рекомендации по подготовке к практическому (семинарскому) занятию

Практическое (семинарское) занятие - одна из основных форм организации учебного процесса, представляющая собой коллективное обсуждение студентами теоретических и практических вопросов, решение практических задач под руководством преподавателя. Основной целью практического (семинарского) занятия является проверка глубины понимания студентом изучаемой темы, учебного материала и умения изложить его содержание ясным и четким языком, развитие самостоятельного мышления и творческой активности у студента. На практических (семинарских) занятиях предполагается рассматривать наиболее важные, существенные, сложные вопросы которые, наиболее трудно усваиваются студентами. При этом готовиться к практическому (семинарскому) занятию всегда нужно заранее. Подготовка к практическому (семинарскому) занятию включает в себя следующее:

- обязательное ознакомление с планом занятия, в котором содержатся основные вопросы, выносимые на обсуждение;
- изучение конспектов лекций, соответствующих разделов учебника, учебного пособия, содержания рекомендованных нормативных правовых актов;
- работа с основными терминами (рекомендуется их выучить);
- изучение дополнительной литературы по теме занятия, делая при этом необходимые выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре;
- формулирование своего мнения по каждому вопросу и аргументированное его обоснование;
- запись возникших во время самостоятельной работы с учебниками и научной литературы вопросов, чтобы затем на семинаре получить на них ответы;
- обращение за консультацией к преподавателю.

Практические (семинарские) занятия включают в себя и специально подготовленные рефераты, выступления по какой-либо сложной или особо актуальной проблеме, решение задач. На практическом (семинарском) занятии студент проявляет свое знание предмета, корректирует информацию, полученную в процессе лекционных и внеаудиторных занятий, формирует определенный образ в глазах преподавателя, получает навыки устной речи и культуры дискуссии, навыки практического решения задач.

Рекомендации по изучению методических материалов

Методические материалы по дисциплине позволяют студенту оптимальным образом организовать процесс изучения данной дисциплины. Методические материалы по дисциплине призваны помочь студенту понять специфику изучаемого материала, а в конечном итоге – максимально полно и качественно его освоить. В первую очередь студент должен осознать предназначение методических материалов: структуру, цели и задачи. Для этого он знакомится с преамбулой, оглавлением методических материалов, говоря иначе, осуществляет первичное знакомство с ним. В разделе, посвященном методическим рекомендациям по изучению дисциплины, приводятся советы по планированию и организации необходимого для изучения дисциплины времени, описание последовательности действий студента («сценарий изучения дисциплины»), рекомендации по работе с литературой, советы по подготовке к экзамену и разъяснения по поводу работы с тестовой системой курса и над домашними заданиями. В целом данные методические рекомендации способны облегчить изучение студентами дисциплины и помочь успешно сдать экзамен. В разделе, содержащем учебно-методические материалы дисциплины, содержание практических занятий по дисциплине, словарь основных терминов дисциплины.

Рекомендации по самостоятельной работе студентов

Неотъемлемым элементом учебного процесса является самостоятельная работа студента. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для современной подготовки специалистов. Формы самостоятельной работы студентов по дисциплине: написание конспектов, подготовка ответов к вопросам, написание рефератов, решение задач, исследовательская работа, выполнение контрольной работы.

Задания для самостоятельной работы включают в себя комплекс аналитических заданий выполнение, которых, предполагает тщательное изучение научной и учебной литературы, периодических изданий, а также законодательных и нормативных документов предлагаемых в п.6.4 «Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине». Задания предоставляются на проверку в печатном виде.

Рекомендации по работе с литературой

При изучении курса учебной дисциплины особое внимание следует обратить на рекомендуемую основную и дополнительную литературу.

Важным элементом подготовки к семинару является глубокое изучение основной и дополнительной литературы, рекомендованной по теме занятия, а также первоисточников. При этом полезно прочитанную литературу законспектировать. Конспект должен отвечать трем требованиям: быть содержательным, по возможности кратким и правильно оформленным.

Содержательным его следует считать в том случае, если он передает все основные мысли авторов в целостном виде. Изложить текст кратко – это значит передать содержание книги, статьи в значительной мере своими словами. При этом следует придерживаться

правила - записывать мысль автора работы лишь после того, как она хорошо понята. В таком случае поставленная цель будет достигнута. Цитировать авторов изучаемых работ (с обязательной ссылкой на источник) следует в тех случаях, если надо записывать очень важное определение или положение, обобщающий вывод.

Важно и внешнее оформление конспекта. В его начале надо указать тему семинара, дату написания, названия литературных источников, которые будут законспектированы. Глубокая самостоятельная работа над ними обеспечит успешное усвоение изучаемой дисциплины.

Одним из важнейших средств серьезного овладения теорией является **конспектирование первоисточников**.

Для составления конспекта рекомендуется сначала прочитать работу целиком, чтобы уяснить ее общий смысл и содержание. При этом можно сделать пометки о ее структуре, об основных положениях, выводах, надо стараться отличать в тексте основное от второстепенного, выводы от аргументов и доказательств. Если есть непонятные слова, надо в энциклопедическом словаре найти, что это слово обозначает. Закончив чтение (параграфа, главы, статьи) надо задать себе вопросы такого рода: В чем главная мысль? Каковы основные звенья доказательства ее? Что вытекает из утверждений автора? Как это согласуется с тем, что уже знаете о прочитанном из других источников?

Ясность и отчетливость восприятия текста зависит от многого: от сосредоточенности студента, от техники чтения, от настойчивости, от яркости воображения, от техники фиксирования прочитанного, наконец, от эрудиции – общей и в конкретно рассматриваемой проблеме.

Результатом первоначального чтения должен быть простой **план текста и четкое представление о неясных местах**, отмеченных в книге. После предварительного ознакомления, при повторном чтении следует **выделить основные мысли автора** и их развитие в произведении, обратить внимание на обоснование отдельных положений, на методы и формы доказательства, наиболее яркие примеры. В ходе этой работы окончательно отбирается материал для записи и определяется ее вид: **план, тезисы, конспект**.

План это краткий, последовательный перечень основных мыслей автора. Запись прочитанного в виде тезисов – значит выявить и записать опорные мысли текста. Разница между планом и тезисами заключается в следующем: в плане мысль называется (ставь всегда вопрос: о чем говорится?), в тезисах – формулируется – (что именно об этом говорится?). Запись опорных мыслей текста важна, но полного представления о прочитанном на основании подобной записи не составишь. Важно осмыслить, как автор доказывает свою мысль, как убеждает в истинности своих выводов. Так возникает конспект. Форма записи, как мы уже отметили, усложняется в зависимости от целей работы: план – о чем?; тезисы – о чем? что именно?; конспект – о чем? что именно? как?

Конспект это краткое последовательное изложение содержания. Основу его составляет план, тезисы и выписки. Недостатки конспектирования: многословие, цитирование не основных, а связующих мыслей, стремление сохранить стилистическую связанность текста в ущерб его логической стройности. Приступать к конспектированию необходимо тогда, когда сложились навыки составления записи в виде развернутого подробного плана.

Форма записи при конспектировании требует особого внимания: важно, чтобы собственные утверждения, размышления над прочитанным, четко отделялись при записи. Разумнее выносить свои пометки на широкие поля, записывать на них дополнительные справочные данные, помогающие усвоению текста (дата события, упомянутого авторами; сведения о лице, названном в книге; точное содержание термина). Если конспектируется

текст внушительного объема, необходимо указывать страницы книги, которые охватывает та или иная часть конспекта.

Для удобства пользования своими записями важно озаглавить крупные части конспекта, подчеркивая *заголовки*. Следует помнить о назначении красной строки, стремиться к четкой графике записей - уступами, колонками. Излагать главные мысли автора и их систему аргументов - необходимо преимущественно своими словами, перерабатывая таким образом информацию, – так проходит уяснение ее сути. Мысль, фразы, понятия в контексте, могут приобрести более пространное изложение в записи. Но текст оригинала свертывается, и студент, отрабатывая логическое мышление, учиться выделять главное и обобщать однотипные суждения, однородные факты. Кроме того, делая записи своими словами, обобщая, студент учится письменной речи.

Знание общей стратегии чтения, техники составления плана и тезисов определяет и технологию конспектирования

- Внимательно читать текст, попутно отмечая непонятные места, незнакомые термины и понятия. *Выписать на поля* значение отмеченных понятий.

- При первом чтении текста необходимо составить его *простой план*, последовательный перечень основных мыслей автора.

- При повторном чтении текста выделять *систему доказательств* основных положений работы автора.

- Заключительный этап работы с текстом состоит в осмыслении ранее отмеченных мест и их краткой последовательной записи.

- При конспектировании нужно стремиться *выразить мысль автора своими словами*, это помогает более глубокому усвоению текста.

- В рамках работы над первоисточником важен умелый *отбор цитат*. Необходимо учитывать, насколько ярко, оригинально, сжато изложена мысль. Цитировать необходимо те суждения, на которые впоследствии возможна ссылка как на авторитетное изложение мнения, вывода по тому или иному вопросу.

Конспектировать целесообразно не на отдельном листе, а в общей тетради на одной странице листа. Обратная сторона листа может быть использована для дополнений, необходимость которых выяснится в дальнейшем. При конспектировании литературы следует оставить широкие поля, чтобы записать на них план конспекта. Поля могут быть использованы также для записи своих замечаний, дополнений, вопросов. При выступлении на семинаре студент может пользоваться своим конспектом для цитирования первоисточника. Все участники занятия внимательно слушают выступления товарищей по группе, отмечают спорные или ошибочные положения в них, вносят поправки, представляют свои решения и обоснования обсуждаемых проблем.

В конце семинара, когда преподаватель занятия подводит итоги, студенты с учетом рекомендаций преподавателя и выступлений сокурсников, дополняют или исправляют свои конспекты.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Лев М.Ю. Цены и ценообразование [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Финансы и кредит», «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение»/ Лев М.Ю.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. — 382 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34969>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

2. Герасименко В.В. Ценообразование: Учеб. пособие. - М.: ИНФРА-М, 2011. – 422 с.
3. Липсиц И. В. Ценообразование: учеб.-практ. пособие для бакалавров / Игорь Владимирович Липсиц; Высш. шк. экономики; Нац. исслед. ун-т. - 3-е изд., перераб. и доп. - М.: Юрайт, 2014. - 376, [1] с.: ил.: табл. - (Учебники НИУ ВШЭ).

6.2. Дополнительная литература.

1. Аврашков Л.Я., Графова Г.Ф., Шахватова С.А. Методические подходы к формированию ценовой политики на инновационные виды продукции // Аудитор. № 9. 2016 г.
2. Гафарова Г.Р. О цели финансово-правового регулирования ценообразования // Финансовое право. № 5. 2015 г.
3. Горина Г. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Горина Г.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.— 127 с. (Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/15497>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю)
4. Зеленюк А.Н. Сущность и особенности трансфертного ценообразования // Российский внешнеэкономический вестник. № 7. 2013 г.
5. Изотова А.В. Особенности государственного регулирования цен (тарифов) в сфере электроэнергетики // «Правовой энергетический форум», 2015, N 4.
6. Кванина В.В. Государственное регулирование цен продовольственных товаров // «Юрист». 2015, N 20.
7. Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2012.— 254 с. (Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4556>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю)
8. Косинова Е.А., Белкина Е.Н., Казарова А.Я. Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие.— Электрон. текстовые данные.— Ставрополь.— 160 с. Ставропольский государственный аграрный ун-т, АГРУС. 2012 г. (Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/47381>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю)
9. Магомедов М.Д., Куломзина Е.Ю., Чайкина И.И. Ценообразование: учебник Дашков и К. 2012 г. (Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/4556>)
10. Симонова О.А. Пределы свободного ценообразования при реализации сельскохозяйственной продукции (по материалам судебной практики) // «Адвокатская практика», 2016, N 5.
11. Ценообразование: учеб. пособие для вузов / И.П. Трацевский: Минск Новое издание. 2012.-365с.
12. Ценообразование на финансовом рынке: учеб. пособие для вузов / В.Е.Есипова: СПб.: Питер. 2013.-380с.
13. Шуляк П.Н. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебно-практическое пособие/ Шуляк П.Н.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 193 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/11006>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: учебник и практикум для академического бакалавриата. Издательство Юрайт. 2015 г. (Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/thematic/?6&id=urait.content.8BC50118-FC51-4AF2-BA03-E1AA4CC51486&type=c_pub)

6.4. Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации. — М.: Б.и., 1993.
 3. Гражданский кодекс Российской Федерации
 4. Налоговый кодекс РФ от 31.07.1998 № 146-ФЗ. Ч. 1.
 5. Налоговый кодекс РФ от 05.08.2000 № 117-ФЗ. Ч. 2.
 6. Федеральный закон от 20.04.2015 N 86-ФЗ «О государственном регулировании цен (тарифов) на услуги по перевозкам пассажиров, багажа, автомобильных транспортных средств, железнодорожного подвижного состава с использованием судов, обеспечивающих сообщение между морскими портами Республики Крым, города федерального значения Севастополя и морскими портами Краснодарского края, и на связанные с такими перевозками дополнительные услуги».
 7. Федеральный закон от 26.03.2003 N 35-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об электроэнергетике».
 8. Федеральный закон от 07.12.2011 N 416-ФЗ (ред. от 03.07.2016) «О водоснабжении и водоотведении».
 9. Федеральный закон от 27.07.2010 N 190-ФЗ (ред. от 01.05.2016) «О теплоснабжении».
 10. Федеральный закон от 24.06.1998 N 89-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об отходах производства и потребления».
 11. Указ Президента РФ от 28.02.1995 N 221 (ред. от 30.04.2016) «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)».
 12. Указ Президента РФ от 17.09.1992 N 1089 (ред. от 23.07.2001) «О государственном регулировании цен на отдельные виды энергоресурсов».
 13. Указ Президента РФ от 08.07.1995 N 685 «О дополнении и признании утратившими силу некоторых актов Президента Российской Федерации по вопросам государственного регулирования тарифов».
- И др.

6.5. Интернет-ресурсы, справочные системы.

1. <http://base.garant.ru/> - справочно-поисковая система «Гарант»
2. <http://www.consultant.ru/> - справочно-поисковая система «Консультант Плюс»
3. Официальный сайт Министерства финансов РФ - minfin.ru
4. Официальный сайт Федеральной налоговой службы: www.nalog.ru
5. Официальный сайт ЦБ РФ: www.cbr.ru
6. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики: www.gks.ru
7. Официальный сайт комитета тарифного регулирования Волгоградской области: www.urt.volgograd.ru

6.6. Иные источники.

Иные источники не используются

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

Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя:

- лекционные аудитории, оборудованные видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном;

- помещения для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью.

Дисциплина поддержана соответствующими лицензионными программными продуктами: Microsoft Windows 7 Prof, Microsoft Office 2010, Kaspersky 8.2, СПС Гарант, СПС Консультант.

Программные средства обеспечения учебного процесса включают:

- программы презентационной графики (MS PowerPoint – для подготовки слайдов и презентаций);

- текстовые редакторы (MS WORD), MS EXCEL – для таблиц, диаграмм.

Вуз обеспечивает каждого обучающегося рабочим местом в компьютерном классе в соответствии с объемом изучаемых дисциплин, обеспечивает выход в сеть Интернет.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся включают следующую оснащенность: столы аудиторные, стулья, доски аудиторные, компьютеры с подключением к локальной сети института (включая правовые системы) и Интернет.

Для изучения учебной дисциплины используются автоматизированная библиотечная информационная система и электронные библиотечные системы: «Университетская библиотека ONLINE», «Электронно-библиотечная система издательства ЛАНЬ», «Электронно-библиотечная система издательства «Юрайт», «Электронно-библиотечная система IPRbooks», «Научная электронная библиотека eLIBRARY» и др.

Тест по дисциплине «Ценовая политика и ценообразование»

1. «Ценообразование» - это:

- а) формирование цен государственными органами в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют требованиям законов;
- б) процесс формирования уровней, структуры, динамики цен, образующих единую систему, в целях обеспечения общественного воспроизводства теми темпами и пропорциями, которые соответствуют развитию экономики в каждом конкретном периоде времени;
- в) формирование цен, при которых производитель товара получает максимальную прибыль, происходит расширение рынков сбыта и увеличение объемов продаж.

2. Сущность стимулирующей функции цены:

- а) с помощью механизма цен происходит перелив капитала в те сектора экономики, в развитие производств, где имеется высокая норма прибыли;
- б) варьируется уровень прибыли в цене, что побуждает производителя улучшать качественные параметры товаров, обновлять ассортимент, сокращать нерациональные перевозки и т.д.;
- в) свертывается производство продукции, не пользующейся спросом, а стимулируется направление ресурсов на увеличение производства необходимой рынку продукции.

3. Структуру отпускной цены предприятия составляют следующие базисные элементы:

- а) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка;
- б) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС, торговая наценка;
- в) таможенная стоимость товара в рублях, импортная таможенная пошлина, торговая наценка, акциз, НДС;
- г) себестоимость продукции, прибыль производителя, сбытовая наценка, акциз, НДС.

4. «Ценовая политика» – это:

- а) набор методов, с помощью которых принципы ценообразования можно реализовать на практике;
- б) продажа товаров согласно утвержденному руководством фирмы сборнику цен (прейскуранту);
- в) общие принципы, которых компания собирается придерживаться в сфере установления цен на свои товары или услуги.

5. При использовании метода ценообразования на основе ощущаемой ценности товара:

- а) основным фактором ценообразования является покупательское восприятие;
- б) фирма отталкивается в основном от цен конкурентов в данной отрасли;
- в) фирма ориентируется в большей степени на собственные издержки.

6. Убыточный лидер продаж – это:

- а) товар, величина спроса на который может снизиться при повышении доходов покупателя;
- б) товар, продаваемый фирмой с минимальной прибылью или даже без нее ради привлечения покупателей к покупке других ее товаров;
- в) товар, цена на который устанавливается на уровне более низком, чем по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью. При этом большая масса прибыли получается за счет увеличения объема продаж.

7. В чем состоит основная слабость и неудобство чисто затратного ценообразования:

- а) не всегда у фирмы есть специалисты и менеджеры, которые владеют более совершенными методами ценообразования;

- б) затратное ценообразование опирается на внутрифирменную информацию (бухгалтерская отчетность и документы, регламентирующие величину наценок);
- в) затратный метод использует как основу определения цены средние переменные затраты.

8. Почему после 10 часов вечера тарифы на междугородные телефонные разговоры устанавливаются на более низком уровне?

- а) используются дифференцированные тарифы, поскольку выгодно иметь как можно меньшие резервные мощности;
- б) делается скидка для привлечения наименее обеспеченных клиентов к потреблению этого вида услуг;
- в) по соображениям благотворительности.

9. Определите, в каком случае используется затратное ценообразование:

- а) в качестве отправной точки принимаются фактические затраты фирмы на производство и организацию сбыта товаров;
- б) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало фирме получение большей прибыли за счет достижения выгодного для нее соотношения «ценность/затраты»;
- в) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыльности операций.

10. К какому типу стратегических игр относятся ценовые войны:

- а) игра с отрицательной суммой выигрыша;
- б) игра с положительной суммой выигрыша;
- в) двухмерный маркетинговый план.

11. Какой из методов конкурентной борьбы не относится к ценовой конкуренции:

- а) гарантийные условия;
- б) ценовой зонтик;
- в) «надстройка шпиля».

12. Поставив перед собой задачу ценообразования, зная график спроса и расчетную сумму издержек, фирма готова перейти к следующему этапу расчета исходной цены товара, на котором происходит:

- а) выбор метода ценообразования;
- б) установление окончательной цены;
- в) анализ цен и товаров конкурентов.

13. Какое из приведенных ниже объявлений свидетельствует о проведении фирмой политики ценовой дискриминации:

- а) «широкий выбор автомобильных холодильников емкостью 10 л. Холодильник марки «Роса» стоит 3599 руб., марки «Полюс» -3 619 руб., марки «Север» -4 639 руб.»;
- б) «в продаже имеется йогурт марки «Данон». Цена за упаковку – 25 руб., за блок из 4-х упаковок – 90 руб.».

14. Какой из методов модификации цен не относится к географической дифференциации:

- а) зональная цена;
- б) цена фрахтового базиса;
- в) цена-приманка.

15. В каком случае используется стратегия ценового прорыва:

- а) установление цен исходя из того соотношения «цена/ценность», которое соответствует большинству других продаваемых на рынке аналогичных товаров;
- б) установление цен на уровне более высоком, чем, по мнению большинства покупателей, должен стоить товар с данной экономической ценностью, и получение выгоды от высокой прибыльности продаж в узком сегменте рынка;
- в) установление цен на уровне более низком, чем, по мнению большинства покупателей, заслуживает товар с данной экономической ценностью, и получение большой массы прибыли за счет увеличения объема продаж и захваченной доли рынка.

16. На основе какого рекламного лозунга можно выстроить стратегию премиального ценообразования для рынка детской одежды:

- а) «Недорогая и качественная одежда для ваших детей. Одни из самых низких цен в регионе – радостно для малыша, необременительно для родительского кошелька»;
- б) «Ваш малыш – яркая личность? Тогда одевайте его у нас – стильно, удобно, практично, современно. Приемлемые цены, скидки и подарки для новорожденных»;
- в) «Дети – самое драгоценное в вашей жизни. Так пусть наша одежда из чисто натуральных волокон будет достойной оправой для этих драгоценностей!».

17. Каким образом при реализации стратегии ступенчатых премий (ступенчатого снижения цен) можно избежать падения продаж из-за воздержания покупателей от покупок?:

- а) осуществлять снижение цен реже, что порождает для покупателей потери из-за воздержания от использования желанного товара;
- б) добиться существенного удешевления товара за счет сокращения величины удельных постоянных затрат;
- в) инвестировать крупные средства в маркетинговые программы.

18. В каком случае имеет место модификация цен в зависимости от имиджа:

- а) театр варьирует цены на входные билеты в зависимости от предпочтений публики по расположению посадочных мест;
- б) изготовитель лимонада заменяет в напитке сахар на сахарин и продает его дороже в качестве диетического напитка с пониженным содержанием калорий;
- в) зимние сапоги весной продаются по более низким ценам, чем осенью.

19. На каком этапе формирования ценовой стратегии происходит анализ конкуренции:

- а) сбор исходной информации;
- б) стратегический анализ;
- в) формирование стратегии.

20. Какая стратегия лежит в основе системы продаж товаров по телевизору:

- а) стратегия премиального ценообразования;
- б) стратегия ценового прорыва;
- в) нейтральная стратегия ценообразования.

КЛЮЧИ: 1.-а; 2.-б; 3.-в; 4.-а; 5.-б; 6.-а; 7.-в; 8.-а; 9.-а; 10.-а; 11.-а; 12.-в; 13.-б; 14.-в; 15.-в; 16.-в; 17.-а; 18.-б; 19.-б; 20.-б.

Вопросы к зачету по дисциплине «Ценовая политика и ценообразование»

1. Понятие и сущность цены. Функции цены в современной экономике.
2. Связь категории «цена» с другими экономическими категориями.
3. Система цен в экономике. Основные виды цен.
4. Базовые элементы цены.
5. Исторические этапы развития ценообразования в России (реформы оптовых и розничных цен).
6. Система цен при плановой экономике. Её достоинства и недостатки.
7. Либерализация цен. Сущность и результаты проведения.
8. Ценовая политика фирмы. Ее типичные задачи.
9. Зависимость ценовой политики от типа рынка.
10. Сопоставимые (реальные) и действующие (номинальные) цены.
11. Виды цен, устанавливаемых производителями на свою продукцию. Контроль над ценами в производстве.

12. Дифференциация цен, ее сущность и варианты.
13. Ценовая дискриминация, ее типы.
14. Методы государственного регулирования цен внутреннего рынка и контроль за их использованием.
15. Уровни государственного контроля над ценами в РФ.
16. Воздействие государства на экспортные цены (товарный и валютный демпинг, экспортное субсидирование, девальвация, таможенно-тарифное регулирование).
17. Ценовая стратегия предприятия. Основные этапы разработки ценовой стратегии. Типы ценовой стратегии.
18. Мировая цена. Источники информации о мировых ценах.
19. Расчет импортной цены.
20. Расчет экспортной цены.
21. Основные факторы, определяющие движение цен в международной торговле.
22. Основные методы установления цен: затратный и ценностный.
23. Этапы расчета цен. Методы определения базисной цены.
24. Установление верхней и нижней границы цены (её максимального и минимального уровня), а также её оптимального уровня в практике отечественных предприятий.
25. Полная калькуляция и калькуляция прямых затрат при установлении цены.
26. Ценовые поправки. Их виды и методы расчета.
27. Ценовые скидки. Виды скидок.
28. Контрактная цена: понятие, виды. Формула торможения.
29. Расчет скользящей цены.
30. Прогнозирование цен. Методы ценового прогноза.
31. Основные теоретические подходы к проблеме ценообразования.
32. Уровень цен, необходимость его измерения. Сопоставимость цен.
33. Ценообразование в сфере услуг. Цена на лицензии и ноу-хау. Роялти и паушальные платежи.
34. Ценообразование в сфере услуг. Цена инженерно-консультационных услуг.
35. Ценовая конкуренция, ее виды и способы реализации.
36. Рыночная цена земли.
37. Формирование цен на биржевые товары. Механизм расчета фьючерсной цены. Определение базиса.
38. Ценообразование на рынке ценных бумаг.
39. Ценообразование и налогообложение.
40. Ценообразование в системе страхования.