

Подписано цифровой подписью: АНОО ВО
"СИБИТ"

Причина: Я утвердил этот документ
DN: ИИН ЮЛ=7707329152, E=uc@tax.gov.ru,
ОГРН=1047707030513, C=RU, S=77 Москва, L=г.
Москва, STREET="ул. Неглиная, д. 23",
O=Федеральная налоговая служба, CN=Федеральная
налоговая служба

УТВЕРЖДЕНО

Ректор

Родионов М. Г.

протокол от 27.08.2025 № 11

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 38.03.01 Экономика

Направленность (профиль) подготовки: Бухгалтерский учет, анализ и аудит

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Год набора (приема на обучение): 2025

Срок получения образования: Очная форма обучения – 4 года
Очно-заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)
Заочная форма обучения – 4 года 6 месяца(-ев)

Объем: в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

г. Омск, 2025

Разработчики:

Старший преподаватель, департамент очного обучения Ан
Ю. Н.

**Рецензенты:**

Кутлунин Е.А., заместитель генерального директора по персоналу и режиму АО «Омское машиностроительное конструкторское бюро», к.э.н.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.01 Экономика, утвержденного приказом Минобрнауки от 12.08.2020 № 954, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Бухгалтер", утвержден приказом Минтруда России от 21.02.2019 № 103н; "Специалист по внутреннему контролю (внутренний контролер)", утвержден приказом Минтруда России от 22.11.2022 № 731н; "Внутренний аудитор", утвержден приказом Минтруда России от 24.06.2015 № 398н; "Статистик", утвержден приказом Минтруда России от 08.09.2015 № 605н; "Аудитор", утвержден приказом Минтруда России от 19.10.2015 № 728н; "Специалист в оценочной деятельности", утвержден приказом Минтруда России от 26.11.2018 № 742н; "Специалист по организации администрирования страховых взносов", утвержден приказом Минтруда России от 28.10.2015 № 788н; "Бизнес-аналитик", утвержден приказом Минтруда России от 22.11.2023 № 821н; "Специалист по экономике труда", утвержден приказом Минтруда России от 17.11.2020 № 795н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегиальный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1		Руководитель образовательно й программы	Родионов М. Г.	Согласовано	27.08.2025, № 11

Содержание

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)
2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Место дисциплины в структуре ОП
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
 - 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
 - 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины
6. Рекомендуемые образовательные технологии
7. Оценочные материалы текущего контроля
8. Оценочные материалы промежуточной аттестации
9. Порядок проведения промежуточной аттестации
10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины
 - 10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы
 - 10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся
 - 10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
 - 10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование
11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - привить студентам практические навыки формирования обоснованных взаимовыгодных договорных цен на товары и услуги, производимые коммерческими фирмами, а так же на закупаемые ими ресурсами – факторы производства; развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств

Задачи изучения дисциплины:

- понимание экономической сущности цены и рыночного ценообразования;
- систематизация факторов, определяющих величину рыночных цен на товары, услуги и ресурсы (факторы производства);
- усвоение теоретических подходов и современных методов определения и обоснования цен;
- приобретение навыков расчета конкурентоспособных договорных цен в конкретных условиях рыночной конъюнктуры, тактики и стратегии фирмы.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-1 Способен анализировать и интерпретировать финансовую, бухгалтерскую и иную информацию, содержащуюся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств и т.д. и использовать полученные сведения для принятия управленческих решений

ПК-1.1 Знает основные положения нормативно-правовых актов по организации и ведению бухгалтерского (финансового) учета в Российской Федерации, международные стандарты финансовой отчетности; методы анализа бухгалтерской (финансовой) информации, содержащейся в отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств

Знать:

ПК-1.1/Зн10 Источники информации для построения ценовой модели и определения оптимальной цены

ПК-1.1/Зн11 Различные виды и задачи ценовой политики предприятия, связанные с текущими, средне- и долгосрочными планами

ПК-1.1/Зн12 Основные методы ценообразования и особенности их применения в условиях неопределенности

ПК-1.2 Умеет применять положения международных и национальных стандартов для составления и подтверждения достоверности отчетности предприятий различных форм собственности, организаций, ведомств

Уметь:

ПК-1.2/Ум9 Разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды

ПК-1.2/Ум10 Применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией

ПК-3 Способен провести аудит достоверности финансовой отчетности организации, проанализировать риски для принятия управленческих решений, в том числе при принятии решений об инвестировании и финансировании

ПК-3.1 Знает способ проведения аудита достоверности финансовой отчетности предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств; методы идентификации и управления финансовыми и инвестиционными рисками при принятии организационно-управленческих решений

Знать:

ПК-3.1/Зн3 Назначение, структуру и содержание основных финансовых отчетов организации

ПК-3.2 Умеет проводить анализ финансовой отчетности предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств и принимать организационно-управленческие решения, в том числе об инвестировании и финансировании

Уметь:

ПК-3.2/Ум3 Анализировать финансовую отчетность и финансовый прогноз развития предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Ценообразование» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): Очная форма обучения - 6, Очно-заочная форма обучения - 6, Заочная форма обучения - 6.

Предшествующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Бухгалтерский учет и отчетность;

Практикум по бухгалтерскому учету, анализу и аудиту;

Финансовый менеджмент;

Последующие дисциплины (практики) по связям компетенций:

Аудит;

Бухгалтерский учет и отчетность;

Международные стандарты финансовой отчетности;

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы;

Практикум по бухгалтерскому учету, анализу и аудиту;

производственная практика (преддипломная);

Риск-менеджмент;

Страхование;

Управленческий учет и анализ;

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Очная форма обучения

Период	доемкость сы)	доемкость ЭТ)	ая работа всего)	ции (часы)	ле занятия сы)	ие занятия сы)	пная работа сы)	ая аттестация сы)
--------	------------------	------------------	---------------------	------------	-------------------	-------------------	--------------------	----------------------

обучения	Общая трудоёмкость (часы)	Общая трудоёмкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	144	4	76	4	36	36	41	Экзамен (27)
Всего	144	4	76	4	36	36	41	27

Очно-заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоёмкость (часы)	Общая трудоёмкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	144	4	52	4	24	24	83	Экзамен (9)
Всего	144	4	52	4	24	24	83	9

Заочная форма обучения

Период обучения	Общая трудоёмкость (часы)	Общая трудоёмкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Консультации (часы)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация (часы)
Шестой семестр	144	4	12	4	4	4	123	Экзамен (9)
Всего	144	4	12	4	4	4	123	9

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий (часы промежуточной аттестации не указываются)

Очная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Промежуточная аттестация

	Всё	Кон	Лек	Пр	Сам	Плн обу рез. прс
Раздел 1. Ценообразование	117	4	36	36	41	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.1 ПК-3.2
Тема 1.1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	13		4	4	5	
Тема 1.2. Виды и классификация цен	14	1	4	4	5	
Тема 1.3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	14	1	4	4	5	
Тема 1.4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	13	1	4	4	4	
Тема 1.5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства	12		4	4	4	
Тема 1.6. Основные методы ценообразования	12		4	4	4	
Тема 1.7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен	12		4	4	4	
Тема 1.8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг	13		4	4	5	
Тема 1.9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	14	1	4	4	5	
Итого	117	4	36	36	41	

Очно-заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. Ценообразование	135	4	24	24	83	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.1 ПК-3.2
Тема 1.1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	15	1	2	2	10	
Тема 1.2. Виды и классификация цен	15	1	2	2	10	
Тема 1.3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	15	1	2	2	10	

Тема 1.4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	13	1	2	2	8
Тема 1.5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства	12		2	2	8
Тема 1.6. Основные методы ценообразования	12		2	2	8
Тема 1.7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен	12		2	2	8
Тема 1.8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг	14		2	2	10
Тема 1.9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	27		8	8	11
Итого	135	4	24	24	83

Заочная форма обучения

Наименование раздела, темы	Всего	Консультации	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа	Планируемые результаты обучения, соответствующие результатам освоения программы
Раздел 1. Ценообразование	135	4	4	4	123	ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.1 ПК-3.2
Тема 1.1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	17		2		15	
Тема 1.2. Виды и классификация цен	17			2	15	
Тема 1.3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	15				15	
Тема 1.4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	14		2		12	
Тема 1.5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства	14			2	12	
Тема 1.6. Основные методы ценообразования	16	4			12	
Тема 1.7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен	12				12	

Тема 1.8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг	15				15
Тема 1.9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	15				15
Итого	135	4	4	4	123

5.2. Содержание разделов, тем дисциплин

Раздел 1. Ценообразование

Тема 1.1. Понятие, сущность и теоретические основы цены

Роль цены в обществе. Понятие цены: экономическая сущность, содержание и специфические особенности. Стоимость и ценность товара. Аспекты предельности и альтернативности в понятии цены.

Цена – как альтернативная предельная ценность (полезность) и величина экономической выгоды, получаемой при потенциально доступном и наиболее эффективном использовании предмета покупки. Равноправие сторон и различия в свободе выбора продавца и покупателя. Верхний и нижний пределы цены и цена рыночного равновесия. Иллюзия равнодоступной (справедливой) цены.

Тема 1.2. Виды и классификация цен

Многообразие мира цен. Цены, тарифы, фрахты, ставки, проценты, рента – их общность и различие.

Классификация цен по основным признакам: субъектам рыночных отношений; объектам рынка; экономическому содержанию; объему передаваемых прав; обслуживаемому обороту; методу регулирования; месту формирования; составу включаемых услуг; периоду действия; способу фиксации; качеству товара; условиям поставок и франкированию (по Инкотермс 2010).

Тема 1.3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы

Внешние объективные факторы, независимые от фирмы: тип рынка и конкуренции на нем; спрос и степень его удовлетворения; эластичность спроса по цене и доходам; общеэкономическая ситуация и государственная политика; условия поставок и место передачи прав; региональные и другие особенности. Государственное регулирование цен. Налогобложение. Акцизы. Особенность эластичности спроса по цене на продукцию фирмы. Верхний предел цены по условиям эластичности спроса, типу конкуренции и государственного регулирования. Рыночная власть фирмы.

Внутренние факторы, непосредственно зависящие от фирмы: ценовая стратегия и ценовая политика; качество и привлекательность (дифференциация) товара и услуг; издержки на производство и реализацию товара; отношения с потребителями; коммуникационная политика и система продвижения товара и др.

Предельные и удельные переменные издержки – как нижний предел цены. Лояльность отношений с потребителями – как фактор ценообразования и дифференциации цен. Последствия и нежелательность «ценовых войн».

Тема 1.4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования

Цена – как результат рационального и эмоционального восприятия товара. Основы теории поведения и предпочтений покупателей.

Эмоциональные факторы чувствительности покупателей к цене: представления от уникальности товара, наличия заменителей, о «справедливости» цены, о восприятии качества через цену, о преувеличении затрат на переключение, о возможности разделения затрат на покупки и переложении их на других лиц, о значимости конечного результата и др. «За-кон демонстративного расточительства» в ценообразовании. Использование эмоциональных факторов ценообразования в интересах фирмы.

Тема 1.5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства

Особенности рынка факторов производства и продукции производственно-технического назначения. Капитальные и прокатные цены. Условие наивыгоднейших (оптимальных) цен на факторы производства для фирмы. Предельная отдача и цена факторов производства.

Необходимость учета износа при определении цены капитальных активов. Методы оценки функционального и внешнего экономического износа. Капитальная и прокатная цена денежных средств для фирмы и ее зависимость от источника. Влияние налогообложения на цену средств, используемых фирмой.

Тема 1.6. Основные методы ценообразования

Затратный подход к ценообразованию и методы его реализации. Калькуляционный метод расчета отпускных цен. Параметрический и корреляционно-регрессионный метод расчета цен, метод целевой прибыли и др. Сфера применения и недостатки затратного подхода. Особенности учета расходов для целей ценообразования.

Сравнительный подход к определению цен на основе конкурентной ситуации. Метод следования за конкурентом с учетом различий в привлекательности товара (услуги) для потребителей. Метод «запечатанного конверта» (тендерных конкурсных торгов – ТКТ) и др.

Ценностный (доходный) подход к ценообразованию. Метод дисконтированного денежного потока (ДДП) и метод капитализации. Особенности и сфера использования этих методов.

Тема 1.7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен

Необходимость обеспечения взаимовыгодности договорных цен, их оптимизации и объективного учета влияющих на них факторов. Договорная цена – как компромисс между нижним и верхним ее пределами. Лояльность отношений – как конкурентное преимущество коммерческой фирмы, условие ее устойчивости на рынке и цель маркетинговой стратегии.

Пример реализации расчетно-аналитического метода формирования договорной цены на примере определения конкурентоспособной цены.

Тема 1.8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг

Маркетинговый подход к обоснованию договорных цен. Единство маркетинговой и ценовой политики. Типы ценовых стратегий.

Система плановых и тактических скидок с цены – как инструмент ценовой политики фирмы. Обоснование величины скидок за увеличение объема закупок, за ускорение оплаты, за эксклюзивность поставок, постоянство закупок и др.

Тема 1.9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

6. Рекомендуемые образовательные технологии

При преподавании дисциплины применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;
- лекции с разбором практических ситуаций.

Семинарские занятия по дисциплине ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На семинарских занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

7. Порядок проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация: Очная форма обучения, Экзамен, Шестой семестр.

1. Работа с тестовыми заданиями
2. Выполнение итоговой работы

Промежуточная аттестация: Очно-заочная форма обучения, Экзамен, Шестой семестр.

1. Работа с тестовыми заданиями
2. Выполнение итоговой работы

Промежуточная аттестация: Заочная форма обучения, Экзамен, Шестой семестр.

1. Работа с тестовыми заданиями
2. Выполнение итоговой работы

8. Оценочные материалы текущего контроля

Раздел 1. Ценообразование

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-1.2 ПК-3.1 ПК-3.2

Тема 1.1. Понятие, сущность и теоретические основы цены

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:
 - а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Построение линий спроса и предложения.

Определение цены рыночного равновесия, экономической выгоды продавца и покупателей.

Тема 1.2. Виды и классификация цен

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации, лидерских качеств и принятия решений.

Цель игры: ознакомить участников с механизмом формирования свободных рыночных цен на примере купли-продажи нескольких видов различных товаров; формирование коммуникативных навыков, умения ориентироваться в изменяющейся рыночной конъюнктуре.

На свободном рынке цена рождается под воздействием спроса и предложения.

Рыночная цена - результат торга между продавцом и покупателем, из взаимного соглашения.

Спрос - это количество товаров, которое желают и могут купить потребители на данном рынке по некоторой цене. Под словом "могут" понимается наличие денег у покупателей.

Предложением называют количество товаров, который продавцы готовы и желают продать на данном рынке по некоторой цене.

На свободном конкурсном рынке, где и продавцы, и покупатели предоставлены самим себе, имеется возможность продавать и покупать товары по ценам взаимного согласия.

В условиях свободных рыночных цен на товары и услуги с увеличением цены величина спроса на товар падает, а предложения - растет. Процесс торга между продавцами и покупателями приводит к уравниванию величины спроса и предложения. В этой точке находится равновесная цена.

Деловая игра моделирует рыночную торговлю со свободными ценами, уровень которых зависит от соотношения спроса и предложения на конкретный товар.

Задача продавцов заключается в стремлении продать большое количество товара и получить большую выручку в деньгах.

Задача покупателей - закупить побольше товаров разнообразного ассортимента по невысоким ценам с тем, чтобы лучше использовать свои денежные средства.

В процессе игры продавцы составляют расходную ведомость (ведомость продаж).

Продавцы начинают продавать товар по установленной ими цене, с которой покупатель вправе согласиться или не согласиться. В результате происходит торг между покупателями и продавцами. В процессе торга покупатели вправе обращаться к разным продавцам, стремясь купить товар по более низкой цене. После завершения сделки купли-продажи продавец отдает

покупателю карточку товара в соответствии с тем количеством, которое купил последний, и получает взамен деньги, плату за товар. Одновременно продавец делает запись в ведомости продаж.

Для каждого покупателя игра состоит в серии последовательных закупок товаров у продавцов. Покупатель завершает игру после окончания им закупки товаров, продавец - после окончания продаж.

Самым предприимчивым и квалифицированным продавцом считается получивший наибольшую выручку за проданный товар. Победитель определяется по каждому виду товаров и в целом по игре.

Лучшим покупателем является тот, у которого стоимость покупки в средних ценах окажется максимальной. Общая сумма покупок в средних ценах снижается, если нет:

- одного вида товара - на 20%;
- двух видов товаров - на 25%;
- трех видов товаров - на 30%;
- четырёх видов товаров - на 50%.

Если у покупателей остались неизрасходованные деньги, то 50% этой суммы присоединяется к стоимости покупки в средних ценах.

Если покупатель с момента начала игры не сделал ни одной покупки, то он штрафует за пассивное поведение:

- в течение 15 мин. - на 10% стоимости покупки;
- в течение 20 мин. - на 15% стоимости покупки;
- в течение 25 мин. - на 20% стоимости покупки;
- в течение 30 мин. - на 30% стоимости покупки.

Если у продавца к моменту окончания игры остался непроданный товар, то он оценивается в средних ценах, и половина этой суммы прибавляется к выручке данного продавца.

Если продавец в течение определенного периода времени не продал ни одного килограмма товара, то он штрафует за саботирование торговли:

- в течение 15 мин. - 20% выручки;
- в течение 20 мин. - 30% выручки;
- в течение 25 мин. - 40% выручки;
- в течение 30 мин. - 50% выручки.

Тема 1.3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

- а) ведение конспекта лекций,
- б) уровень освоения теоретического материала,
- в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды

Тема 1.4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

- а) ведение конспекта лекций,
- б) уровень освоения теоретического материала,
- в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях: Деловая игра «Разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка»

Применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией.

Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации и принятия решений.

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

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

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

Деловая игра проводится в три этапа.

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 подгруппе выбирается лидер, в обязанности которого входит организация работы подгруппы в ходе проведения игры, формирование коллективного мнения, представление мнения подгруппы во время обсуждения вопросов по рассматриваемой проблеме.

На втором этапе преподаватель предлагает студентам провести обсуждение следующих вопросов:

1. Что такое цена и ее 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. Ценовая стратегия, 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 процессе 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 учетом 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 расчетах при установлении цены предельных издержек. При разработке проекта ценовой политики подгруппы могут рассмотреть такие направления ее реализации, как: формирование «высоких» цен на отдельные виды продукции, либо «средних» цен на выпускаемую продукцию, либо уменьшение цены за счет снижения издержек производства на единицу продукции и увеличение объема 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 учетом разных объемов производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учетом разных объемов производства продукции.

На основании данных по конкретному виду продукции игровым группам предлагается произвести расчет основных финансовых показателей предприятия при разных объемах производства.

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

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

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

В заключении деловой игры преподаватель обобщает ее итоги, дает оценку общих результатов работы игровых подгрупп.

Тема 1.5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,
- б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

- а) ведение конспекта лекций,
- б) уровень освоения теоретического материала,
- в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Определение прокатной цены денежных средств при разных условиях кредитования. Влияние налога на прибыль на цену денежных средств.

Тема 1.6. Основные методы ценообразования

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

- а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Калькуляция отпускной цены методом фабрично-заводской себестоимости. Использование методов ДДП и капитализации.

Тема 1.7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Определение цены расчетно-аналитическим методом.

Тема 1.8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях:

Определение обоснованных скидок к цене.

Тема 1.9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

Форма контроля/оценочное средство: Посещение и работа на лекционных и практических занятиях

Вопросы/Задания:

1. Посещение занятий:

а) посещение лекционных и практических занятий,

б) соблюдение дисциплины.

2. Работа на лекционных занятиях:

а) ведение конспекта лекций,

б) уровень освоения теоретического материала,

в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору.

3. Работа на практических занятиях: Деловая игра «Разработка ценовой политики предприятия в условиях рынка»

Практическое занятие проводится в интерактивной форме с использованием командного

метода выполнения задания с разграничением функциональных обязанностей студентов при выполнении задания. Затем усилия объединяются, и организуется активный диалог студентов с преподавателем и между собой для подведения итогов и принятия решения, что позволяет развивать навыки командной работы, межличностной коммуникации и принятия решений.

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 игра (ситуация).

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

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

Деловая игра проводится в три этапа.

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 подгруппе выбирается лидер, в обязанности которого входит организация работы подгруппы в ходе проведения игры, формирование коллективного мнения, представление мнения подгруппы во время обсуждения вопросов по рассматриваемой проблеме.

На втором этапе преподаватель предлагает студентам провести обсуждение следующих вопросов:

1. Что такое цена и ее 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. Ценовая стратегия, 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 процессе 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 учетом 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 расчетах при установлении цены предельных издержек. При разработке проекта ценовой политики подгруппы могут рассмотреть такие направления ее реализации, как: формирование «высоких» цен на отдельные виды продукции, либо «средних» цен на выпускаемую продукцию, либо уменьшение цены за счет снижения издержек производства на единицу продукции и увеличение объема 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 учетом разных объемов производства, включаемых в цену изделия, сделан выбор оптимального варианта издержек с учетом разных объемов производства продукции.

На основании данных по конкретному виду продукции игровым группам предлагается произвести расчет основных финансовых показателей предприятия при разных объемах производства.

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

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

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

В заключении деловой игры преподаватель обобщает ее итоги, дает оценку общих результатов работы игровых подгрупп.

9. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Очная форма обучения, Шестой семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-1.2 ПК-3.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в Приложении 6

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в Приложении 7

Очно-заочная форма обучения, Шестой семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-1.2 ПК-3.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в Приложении 6

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в Приложении 7

Заочная форма обучения, Шестой семестр, Экзамен

Контролируемые ИДК: ПК-1.1 ПК-3.1 ПК-1.2 ПК-3.2

Вопросы/Задания:

1. Работа с тестовыми заданиями

Тестовые задания представлены в Приложении 6

2. Выполнение итоговой работы

Примерный перечень вопросов к зачету и типовые практические задания представлены в Приложении 7

10. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

10.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Алиев, А. Т. Теория, методология и практика ценообразования в промышленности: монография / А. Т. Алиев, В. Р. Веснин, В. А. Слепов. - 3-е изд. - Москва: Дашков и К°, 2022. - 126 с. - 978-5-394-04686-5. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=698139> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Магомедов, М. Д. Ценообразование: учебник / М. Д. Магомедов, Е. Ю. Куломзина, В. В. Строев. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва: Дашков и К°, 2023. - 246 с. - 978-5-394-05463-1. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=711061> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Горина, Г. А. Ценообразование: учебное пособие / Г. А. Горина. - Москва: Юнити-Дана, 2017. - 127 с. - 978-5-238-01707-5. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615802> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

2. Амирова, З. Б. Ценообразование: методические рекомендации по практическим занятиям: методическое пособие / З. Б. Амирова. - Москва: Альтаир|МГАВТ, 2019. - 65 с. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=682023> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

3. Салько, М. Г. Ценообразование в коммерческой деятельности: учебник / М. Г. Салько, О. Г. Якунина. - Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2019. - 167 с. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=611364> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

4. Николаева, Т. Е. Издержки в ценообразовании: учебное пособие / Т. Е. Николаева, Е. И. Громова. - Москва: ФЛИНТА, 2019. - 51 с. - 978-5-9765-4221-1. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=603113> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

5. Пивоварова, Г. Б. Методы ценообразования в коммерции: учебное пособие / Г. Б. Пивоварова. - Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2020. - 74 с. - 978-5-7972-2819-6. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=615240> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

6. Замураева, Л. Е. Маркетинговое ценообразование: учебно-методический комплекс. Практикум для студентов направления 38.03.02 «Менеджмент» очной и заочной форм обучения: учебно-методический комплекс / Л. Е. Замураева. - Тюмень: Тюменский государственный университет, 2018. - 40 с. - Текст: электронный // Директ-Медиа: [сайт]. - URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574606> (дата обращения: 30.01.2025). - Режим доступа: по подписке

10.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://www.ebiblioteka.ru> - Базы данных East View

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.sibit.sano.ru> - Официальный сайт образовательной организации
2. <http://do.sano.ru> - Система дистанционного обучения Moodle (СДО Moodle)
3. <http://www.duma.gov.ru> - Сайт Государственной Думы Федерального Собрания РФ
4. <http://www.garant.ru> - Справочная правовая система «Гарант»
5. <http://www.gov.ru/main/regions/regioni-44.html> - Сайт субъектов Российской Федерации
6. <http://www.ach.gov.ru> - Счётная палата Российской Федерации
7. <http://www.ilo.org> - Международная организация труда
8. <http://lib.perm.ru> - Электронная библиотека по различным отраслям информатики и информационных технологий
9. <http://www.ci.ru> - Электронная версия газеты «Компьютер-Информ»
10. <http://www.diss.rsl.ru> - Электронная библиотека диссертаций РГБ
11. <http://grebennikon.ru> - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»
12. <http://menegerbook.net> - Электронная библиотека книг по менеджменту
13. <http://www.law.edu.ru> - Российский образовательный правовой портал
14. <http://www.openet.ru> - Российский портал открытого образования

10.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При подготовке и проведении учебных занятий по дисциплине студентами и преподавателями используются следующие современные профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека онлайн» (<http://www.biblioclub.ru>).
2. Интегрированная библиотечно-информационная система ИРБИС64 (<http://lib.sano.ru>).
3. Справочно-правовая система КонсультантПлюс.
4. Электронная справочная система ГИС Омск.

10.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Институт располагает материально-технической базой, соответствующей действующим противопожарным правилам и нормам и обеспечивающей проведение всех видов дисциплинарной и междисциплинарной подготовки, практической и научно-исследовательской работ обучающихся, предусмотренных учебным планом.

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются следующие помещения, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения:

Для лекций, семинаров (практических), групповых, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, ГИА

Мультимедийная учебная аудитория № 210

Перечень оборудования

- Аудиоколонка - 5 шт.
- Доска маркерная - 1 шт.
- Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
- Проектор - 1 шт.
- Стол - 37 шт.
- Стол преподавателя - 1 шт.
- Стул - 74 шт.
- Стул преподавателя - 1 шт.
- Трибуна - 1 шт.
- Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 211

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 5 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 1 шт.

Стол - 27 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 54 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Трибуна - 1 шт.

Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader

Kaspersky Endpoint Security для Windows

Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian

Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 301

Перечень оборудования

Доска - 1 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Учебная аудитория № 302

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 303

Перечень оборудования

Доска маркерная - 1 шт.

Стол - 15 шт.

Стол преподавателя - 30 шт.

Стул - 1 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Не используется.

Мультимедийная учебная аудитория № 304

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.

Доска маркерная - 1 шт.

Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.

Проектор - 0 шт.

Стол - 18 шт.

Стол преподавателя - 1 шт.

Стул - 36 шт.

Стул преподавателя - 1 шт.

Тематические иллюстрации - 0 шт.

Трибуна - 1 шт.

Учебно-наглядные пособия - 0 шт.

Экран - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows 10

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 312

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Тематические иллюстрации - 0 шт.
Учебно-наглядные пособия - 0 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows XP Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Мультимедийная учебная аудитория № 422

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Интерактивная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Стол - 13 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 26 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows
Microsoft Office 2007 standart Win32 Russian
Microsoft Windows 8 Professional Russian

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus

2GIS

Для лекций, семинаров (практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации

Мультимедийная учебная аудитория № 305

Перечень оборудования

Аудиоколонка - 2 шт.
Доска маркерная - 1 шт.
Информационная доска - 1 шт.
Компьютер с выходом в Интернет - 1 шт.
Круглый стол - 3 шт.
Ноутбук DELL - 8 шт.
Ноутбук HP - 2 шт.
Персональный компьютер - 1 шт.
Проектор - 1 шт.
Стеллаж - 2 шт.
Стол одноместный - 10 шт.
Стол преподавателя - 1 шт.
Стул - 27 шт.
Стул преподавателя - 1 шт.
Трибуна - 1 шт.
Экран - 1 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

MariaDB 10.11 (x64)
Microsoft Office 2016 standart Win64 Russian
Adobe Acrobat Reader
Kaspersky Endpoint Security для Windows

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

Consultant Plus
2GIS

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного, компьютерного оборудования и хранения элементов мультимедийных лабораторий

Специальное помещение № 420

Перечень оборудования

Запасные части для компьютерного оборудования - 0 шт.
Наушники для лингафонного кабинета - 0 шт.
Паяльная станция - 1 шт.
Персональный компьютер - 4 шт.
Планшетный компьютер - 15 шт.
Сервер - 10 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Стол - 4 шт.
Стул - 4 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
Специальное помещение № 003

Перечень оборудования

Запасные части для столов и стульев - 0 шт.
Материалы для сопровождения учебного процесса - 0 шт.
Наборы слесарных инструментов для обслуживания учебного оборудования - 0 шт.
Станок для сверления - 0 шт.
Стеллаж - 0 шт.
Угловая шлифовальная машина - 0 шт.

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)
Не используется.

Перечень информационно-справочных систем
(обновление выполняется еженедельно)
Не используется.

11. Методические указания по освоению дисциплины (модуля)

ВИДЫ И ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Успешное освоение теоретического материала по дисциплине требует самостоятельной работы, нацеленной на усвоение лекционного теоретического материала, расширение и конкретизацию знаний по разнообразным вопросам дисциплины. Самостоятельная работа студентов предусматривает следующие виды:

1. Аудиторная самостоятельная работа студентов – выполнение на практических занятиях и лабораторных работах заданий, закрепляющих полученные теоретические знания либо расширяющие их, а также выполнение разнообразных контрольных заданий индивидуального или группового характера (подготовка устных докладов или сообщений о результатах выполнения заданий, выполнение самостоятельных проверочных работ по итогам изучения отдельных вопросов и тем дисциплины);
2. Внеаудиторная самостоятельная работа студентов – подготовка к лекционным, практическим занятиям, лабораторным работам, повторение и закрепление ранее изученного теоретического материала, конспектирование учебных пособий и периодических изданий, изучение проблем, не выносимых на лекции, написание тематических рефератов, выполнение индивидуальных практических заданий, подготовка к тестированию по дисциплине, выполнение итоговой работы.

Большое значение в преподавании дисциплины отводится самостоятельному поиску студентами информации по отдельным теоретическим и практическим вопросам и проблемам.

При планировании и организации времени для изучения дисциплины необходимо руководствоваться п. 5.1 или 5.2 рабочей программы дисциплины и обеспечить последовательное освоение теоретического материала по отдельным вопросам и темам (Приложение 2).

Наиболее целесообразен следующий порядок изучения теоретических вопросов по дисциплине:

1. Изучение справочников (словарей, энциклопедий) с целью уяснения значения основных терминов, понятий, определений;
2. Изучение учебно-методических материалов для лекционных, практических занятий,

лабораторных работ;

3. Изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы и электронных информационных источников;
4. Изучение дополнительной литературы и электронных информационных источников, определенных в результате самостоятельного поиска информации;
5. Самостоятельная проверка степени усвоения знаний по контрольным вопросам и/или заданиям;
6. Повторное и дополнительное (углубленное) изучение рассмотренного вопроса (при необходимости).

В процессе самостоятельной работы над учебным материалом рекомендуется составить конспект, где кратко записать основные положения изучаемой темы. Переходить к следующему разделу можно после того, когда предшествующий материал понят и усвоен. В затруднительных случаях, встречающихся при изучении курса, необходимо обратиться за консультацией к преподавателю.

При изучении дисциплины не рекомендуется использовать материалы, подготовленные неизвестными авторами, размещенные на неофициальных сайтах неделового содержания. Желательно, чтобы используемые библиографические источники были изданы в последние 3-5 лет. Студенты при выполнении самостоятельной работы могут воспользоваться учебно-методическими материалами по дисциплине, представленными в электронной библиотеке института, и предназначенными для подготовки к лекционным и семинарским занятиям.

Контроль аудиторной самостоятельной работы осуществляется в форме дискуссии и собеседования. Контроль внеаудиторной самостоятельной работы студентов осуществляется в форме устного или письменного опроса. Промежуточный контроль знаний в форме экзамена осуществляется посредством письменного тестирования, включающего вопросы и задания для самостоятельного изучения.

Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Оценка компетенций на различных этапах их формирования осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации, Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания и технологической картой дисциплины (Приложение 1).

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего и промежуточного контроля представлены в Приложении 3.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена/зачета в виде выполнения тестирования и/или итоговой работы.

Итоговые задания разрабатываются по основным вопросам теоретического материала и позволяют осуществлять промежуточный контроль знаний и степени усвоения материала.

При проведении промежуточной аттестации студентов по дисциплине могут формироваться варианты тестов, относящихся ко всем темам дисциплины (Приложение 6)

Оценка знаний студентов осуществляется в соответствии с Положением о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в Институте, и технологической картой дисциплины

ТИПОВЫЕ КОНТРОЛЬНЫЕ ЗАДАНИЯ ИЛИ ИНЫЕ МАТЕРИАЛЫ НА ЭТАПЕ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ

- 1) Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

При преподавании дисциплины «Ценообразование» применяются разнообразные образовательные технологии в зависимости от вида и целей учебных занятий.

Теоретический материал излагается на лекционных занятиях в следующих формах:

- проблемные лекции;
- лекция-беседа;

Семинарские занятия по дисциплине «Ценообразование» ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся.

Большинство практических занятий проводятся с применением активных форм обучения, к которым относятся:

- 1) устный опрос студентов с элементами беседы и дискуссии по вопросам, выносимым на практические занятия;
- 2) групповая работа студентов, предполагающая совместное обсуждение какой-либо проблемы (вопроса) и выработку единого мнения (позиции) по ней (метод группового обсуждения, круглый стол);
- 3) контрольная работа по отдельным вопросам, целью которой является проверка знаний студентов и уровень подготовленности для усвоения нового материала по дисциплине.

На семинарских занятиях оцениваются и учитываются все виды активности студентов: устные ответы, дополнения к ответам других студентов, участие в дискуссиях, работа в группах, инициативный обзор проблемного вопроса, письменная работа.

2) Письменное задание

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

Цели и задачи реферата.

Целью работы является обобщение и систематизация теоретического материала в рамках исследуемой проблемы.

В процессе выполнения работы решаются следующие задачи:

1. Формирование информационной базы:

- анализ точек зрения зарубежных и отечественных специалистов в области дисциплины;
- конспектирование и реферирование первоисточников в качестве базы для сравнения, противопоставления, обобщения;
- анализ и обоснование степени изученности исследуемой проблемы;
- подготовка библиографического списка исследования.

2. Формулировка актуальности темы:

- отражение степени важности исследуемой проблемы в современной теории и практике;
- выявление соответствия задачам теории и практики, решаемым в настоящее время;
- определение места выбранной для исследования проблемы в дисциплине.

3. Формулировка цели и задач работы:

- изложение того, какой конечный результат предполагается получить при проведении теоретического исследования;
- четкая формулировка цели и разделение процесса ее достижения на этапы;
- выявление особенностей решения задач (задачи - это те действия, которые необходимо предпринять для достижения поставленной в работе цели).

В результате написания реферата обучающийся изучает и анализирует информационную базу с целью установления теоретических зависимостей, формулирует понятийный аппарат, определяет актуальность, цель и задачи работы.

Обязательными составляющими элементами реферата являются:

титульный лист;

содержание;

введение;

основное содержание, разделенное на разделы (параграфы, пункты, подпункты), расположенные и поименованные согласно плану; в них аргументировано и логично раскрывается избранная тема в соответствии с поставленной целью; обзор литературы; описание применяемых методов, инструментов, методик, процедур в рамках темы исследования; анализ примеров российского и зарубежного опыта, отражающих тему исследования и т.д.

заключение;

список использованных источников;

приложения.

Требования к оформлению письменных работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Темы реферата выбирают в соответствии с Приложением 4.

3) Практическое задание

Формируемые компетенции ПК-1, ПК-3

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами кейса являются:

титальный лист;

основная часть;

заключение;

список использованных источников;

приложения

Кейс представлен в Приложении 5.

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, одобренных решением Ученого совета (протокол № 8 от 29.04.2020 г.).

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций

Процедура оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности обучающихся по дисциплине основана на использовании Положения о балльной и рейтинговой системах оценивания, принятой в институте, и технологической карты дисциплины.

Текущий контроль:

- посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия) - 0-35 баллов;
- письменное задание (реферат) - 0-25 баллов;
- практическое задание (кейс) - 0-50 баллов.

Промежуточная аттестация:

- итоговая работа - 25 баллов.

Максимальное количество баллов по дисциплине – 100.

Максимальное количество баллов по результатам текущего контроля – 75.

Максимальное количество баллов на экзамене – 25.

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебный план курса «Ценообразование» предполагает в основе изучения предмета использовать лекционный материал и основные источники литературы, а в дополнение - семинарские занятия.

Кроме традиционных лекций и семинарских занятий (перечень и объем которых указаны) целесообразно в процессе обучения использовать и активные формы обучения.

Примерный перечень активных форм обучения:

- 1) беседы и дискуссии;
- 2) кейсы и практические ситуации;
- 3) индивидуальные творческие задания;
- 4) творческие задания в группах;
- 5) практические работы.

На лекциях студенты должны получить систематизированный материал по теме занятия: основные понятия и положения, классификации изучаемых явлений и процессов, алгоритмы и методики организации ценообразования и т.д.

Семинарские занятия предполагают более детальную проработку темы по каждой изучаемой проблеме, анализ теоретических и практических аспектов ценообразования. Для этого разработаны подробные вопросы, обсуждаемые на семинарских занятиях, практические задания, темы рефератов и тесты. При подготовке к семинарским занятиям следует акцентировать внимание на значительную часть самостоятельной практической работы студентов.

Для более успешного изучения курса преподавателю следует постоянно отсылать студентов к учебникам, периодической печати. Освоение всех разделов курса предполагает приобретение студентами навыков самостоятельного анализа инструментов и механизмов ценообразования, умение работать с научной литературой.

При изучении курса наряду с овладением студентами теоретическими положениями курса уделяется внимание приобретению практических навыков с тем, чтобы они смогли успешно применять их в своей профессиональной деятельности.

Большое значение при проверке знаний и умений придается тестированию и подготовке рефератов по темам курса.

Активные формы семинаров открывают большие возможности для проверки усвоения теоретического и практического материала.

Основная учебная литература, представленная учебниками и учебными пособиями, охватывает все разделы программы по дисциплине «Ценообразование». Она изучается студентами в процессе подготовки к семинарским и практическим занятиям, экзамену. Дополнительная учебная литература рекомендуется для самостоятельной работы по подготовке к семинарским и практическим занятиям, при написании рефератов.

Описание возможностей изучения дисциплины лицами с ОВЗ и инвалидами

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей, в том числе с применением электронного обучения и дистанционных технологий:

- для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации.
- для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья предусматривается использование технических средств, необходимых им в связи с их индивидуальными особенностями. Эти средства могут быть предоставлены вузом или могут использоваться собственные технические средства. Проведение процедуры оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

При необходимости инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на выполнение заданий текущего контроля. Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и обучающихся инвалидов устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Технологическая карта дисциплины

Наименование дисциплины	Ценообразование
Количество зачетных единиц	4
Форма промежуточной аттестации	Экзамен

№	Виды учебной деятельности студентов	Форма отчетности	Баллы (максимум)
Текущий контроль			
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и		
2	Выполнение письменного задания (реферат)	Письменная работа	
3	Выполнение практического задания (кейс)	Письменная работа	
Промежуточная аттестация			
4	Выполнение итоговой работы	Итоговая работа, тест	
Итого по дисциплине:			100

« ____ » _____ 20__ г.

Преподаватель _____ / _____

(уч. степень, уч. звание, должность, ФИО преподавателя)

Подпись

Тематическое планирование самостоятельной работы студентов

Тема, раздел	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма	Задания для самостоятельной работы	Форма контроля
1. Понятие, сущность и теоретические основы цены	5	10	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
2. Виды и классификация цен	5	10	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
3. Рациональные факторы, определяющие величину цены на продукцию фирмы	5	10	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.

4. Чувствительность покупателей к цене и эмоциональные факторы ценообразования	4	8	12	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
5. Особенности цен на факторы производства и денежные средства.	4	8	12	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
6. Основные методы ценообразования.	4	8	12	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
7. Расчетно-аналитический метод определения договорных цен.	4	8	12	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.

8. Стратегия и тактика ценовой политики. Ценообразование и маркетинг.	5	10	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
9. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации	5	11	15	- беседы и круглые столы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проведение тестирования.	Оценка полученных знаний в форме: - беседы; - проведение практического занятия; - проверка рефератов; - проверка практического задания (кейса); - проведение тестирования.
ИТОГО	41	83	123		

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе текущего контроля

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Посещение и работа на лекционных и практических занятиях (собеседование, контрольная работа, круглый стол и дискуссия)	1. Посещение занятий: а) посещение лекционных и практических занятий, б) соблюдение дисциплины. 2. Работа на лекционных занятиях: а) ведение конспекта лекций, б) уровень освоения теоретического материала, в) активность на лекции, умение формулировать вопросы лектору. 3. Работа на практических занятиях: а) уровень знания учебно-программного материала, б) умение выполнять задания, предусмотренные программой курса, в) практические навыки работы с освоенным материалом.	0-35
2	Письменное задание	1. Новизна текста: а) актуальность темы исследования; б) новизна и самостоятельность в постановке проблемы, формулирование нового аспекта известной проблемы в установлении новых связей (межпредметных, внутрипредметных, интеграционных); в) умение работать с исследованиями, критической литературой, систематизировать и структурировать материал; г) явленность авторской позиции, самостоятельность оценок и суждений; д) стилевое единство текста, единство жанровых черт. 2. Степень раскрытия сущности вопроса: а) соответствие плана теме письменного задания; б) соответствие содержания теме и плану письменного задания; в) полнота и глубина знаний по теме; г) обоснованность способов и методов работы с материалом; д) умение обобщать, делать выводы, сопоставлять различные точки зрения по одному вопросу (проблеме). 3. Обоснованность выбора источников: а) оценка использованной литературы: привлечены ли наиболее известные работы по теме исследования (в т.ч. журнальные публикации последних лет, последние статистические данные, сводки, справки и т.д.). 4. Соблюдение требований к оформлению: а) насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; б) оценка грамотности и	0-25

		культуры изложения (в т.ч. орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; в) соблюдение требований к объёму письменного задания.	
3	Практическое задание	1. Анализ проблемы: а) умение верно, комплексно и в соответствии с действительностью выделить причины возникновения проблемы, описанной в практическом задании. 2. Структурирование проблем: а) насколько четко, логично, последовательно были изложены проблемы, участники проблемы, последствия проблемы, риски для объекта. 3. Предложение стратегических альтернатив: а) количество вариантов решения проблемы, б) умение связать теорию с практикой при решении проблем. 4. Обоснование решения: а) насколько аргументирована позиция относительно предложенного решения практического задания; б) уровень владения профессиональной терминологией. 5. Логичность изложения материала: а) насколько соблюдены общепринятые нормы логики в предложенном решении, б) насколько предложенный план может быть реализован в текущих условиях.	0-50

Показатели и критерии оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации

№ п/п	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Шкала оценивания
1	Итоговая работа	Количество баллов за тест пропорционально количеству правильных ответов на тестовые задания. После прохождения теста суммируются результаты выполнения всех заданий для выставления общей оценки за тест.	0-25

Номер темы для выполнения реферата определяется по таблице:

Первая буква фамилии студента	№ темы реферата
А	1
Б	2
В	3
Г	4
Д	5
Е, Ё	6
Ж	7
З	8
И	9
К	10
Л	11
М	12
Н	13
О	14
П	15
Р	16
С	17
Т	18
У	19
Ф	20
Х	21
Ц	22
Ч	23
Ш	24
Щ	25
Э	26
Ю	27
Я	28

Темы рефератов:

1. Назначение основных финансовых отчетов организации
2. Методы оценки ценового риска.
3. Мировые цены и их основные виды.
4. Функции, выполняемые ценами.
5. Финансовые отчеты организации
6. Мотивы, цели и задачи ценообразования.
7. Структура и содержание финансовых отчетов организации
8. Виды цен, их классификация и определение.
9. Методы конкурентного ценообразования.
10. Ценообразование в системе страхования.
11. Государственное регулирование цен.
12. Понятие системы цен и тарифов.
13. Ценообразующие факторы мирового рынка.
14. Валютный курс и цены.
15. Цены и кредитные отношения.

16. Цены международных контрактов.
17. Стратегия и тактика ценообразования.
18. Факторы, определяющие величину цены.
19. Надбавки и скидки.
20. Методы расчета цен.
21. Роль цены в условиях рынка.
22. Цена и стоимость, их сущность и взаимосвязь.
23. Методология ценообразования.
24. Политика ценообразования и процесс ее формирования.
25. Специфика ценообразования в торговле.
26. Особенности ценообразования на продукцию нефтегазового комплекса.
27. Ценообразование на рынке электроэнергии..
28. Тарифная политика и специфика формирования грузовых транспортных тарифов на различных видах транспорта.

Кейсы по дисциплине «Ценообразование»

Кейс 1.

Применение метода PSM в ценообразовании (Разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды)

Заказчик. Региональная компания — производитель натуральных вин в среднем ценовом сегменте.

Маркетинговая ситуация. Качество продукта объективно более высокое, чем у конкурентов; известность в регионе достаточно широкая (по результатам исследований, марка входит в десятку лидеров по узнаванию), представленность в торговой сети — неплохая. Отдел маркетинга предложил произвести репозиционирование и перенести марку в сегмент «премиум». Рекламному агентству сделали заказ на изменение дизайна этикетки — она должна в большей степени соответствовать новому сегменту. Проведение рекламной кампании не предполагалось. Основной акцент планировалось сделать на увеличение представленности марки в торговой сети и на BTL-мероприятиях.

Основные задачи исследования — оценка возможности перевода марки в сегмент «премиум» и установление оптимальной цены. Кроме того, оценивался уровень известности и потребления марок заказчика и его конкурентов, стереотипы в отношении вин местного производства и т. п. В качестве метода исследования был выбран опрос покупателей в форме личного интервью в местах продаж. Продолжительность интервью по понятным причинам не должна была превышать 5–7 минут, поэтому применение сложных для восприятия методик полностью исключалось.

Общая характеристика выбранной методики

Для решения стоящих перед исследованием задач предпочтение было отдано методике *pricesensitivitymeter* (PSM), предложенной голландским экономистом Ван Вестендорпом еще в 1976 году.

PSM можно использовать как при разработке нового продукта, так и при изучении восприятия цены на существующий товар. Методика позволяет определить приемлемый для потребителя диапазон цены исходя из воспринимаемой ценности продукта (см. табл. 1).

Процедура проведения исследования

Исследование включает в себя несколько этапов: разработку инструментария (анкеты) исследования, в том числе используемой ценовой шкалы и критериев отбора участников, проведение полевого этапа опроса, обработку данных и интерпретацию результатов.

Разработка ценовой шкалы

Как правило, при использовании PSM респондент называет цену исходя из собственных представлений. Поэтому ответы иногда оказываются далекими от реальных рыночных цен. Это связано с тем, что респонденты зачастую плохо помнят цены, даже если регулярно покупают исследуемый продукт. Чтобы избежать нежелательного эффекта, участникам исследования могут демонстрироваться карточки с упорядоченным списком цен, из которого опрашиваемые выбирают ответы.

Диапазон цен на продукт		
Слишком дешево	Диапазон приемлемых цен	
	Недорого	Недешево
		Слишком дорого

Низкая цена вызывает сомнения в качестве товара	Довольно дешево, «выгодная» покупка	Довольно дорого: купить можно, но возникает ощущение, что переплатил	Высокая цена приводит к отказу от покупки
---	-------------------------------------	--	---

Дробность шкалы выбирается исходя из задач исследования и разброса цен на рынке. В описываемом исследовании использовалась шкала из 30 пунктов:

- цены в диапазоне 30–95 рублей — с интервалом в 5 рублей;
- цены в диапазоне 100–190 рублей — с интервалом в 10 рублей;
- цены в диапазоне 200–500 рублей — с интервалом в 50 рублей.

Определение критериев отбора участников исследования

Отбор участников исследования проводился из числа посетителей винно-водочных отделов торговых точек.

Требования к респондентам вполне очевидны. Опрашиваемые должны:

принадлежать к целевому сегменту, интересующему производителя, то есть быть потребителями вин определенной категории;

быть осведомленными о ценах в товарной категории (для этого респонденты должны с определенной периодичностью лично совершать покупки вина);

располагать временем для ответа на вопросы анкеты.

Проведение опроса

Напомним, что анкета включала не только вопросы о восприятии цены, но и ряд других, необходимых для взвешенного принятия решения о необходимости переноса марки в сегмент «премиум».

Переходя к блоку вопросов, посвященных цене, интервьюер давал респонденту возможность ознакомиться с внешним видом тестируемого продукта и его описанием.

После этого респонденту задается четыре основных вопроса.

- При какой цене вы купите это вино и решите, что сделали выгодную покупку? (НЕДОРОГО)
- При какой цене вы посчитаете, что вино стоит дороже, чем следует, но все же купите? (НЕДЕШЕВО)
- Начиная с какой цены, вы решите, что это вино стоит слишком дорого, и не станете его покупать? (СЛИШКОМ ДОРОГО)
- Начиная с какой цены, вы решите, что цена вызывает сомнения в качестве этого вина, и не станете его покупать? (СЛИШКОМ ДЕШЕВО)

Очень важно, чтобы опрашиваемый хорошо уяснил задание, а интервьюер — представлял себе задачи исследования и мог поправить респондента, который не понял вопроса. Например, нередко происходит такой диалог:

Интервьюер: Начиная с какой цены, вы решите, что это вино стоит слишком дорого, и не станете его покупать?

Респондент: 500 рублей (явно очень завышенная цена).

Интервьюер: То есть 400 рублей, например, — это еще не дорого?

Респондент: И 400 — тоже слишком дорого. Даже 300 — дорого. Пишите 300. Очевидно, что в анкету должна попасть цена 300 рублей, а не 500.

Обработка результатов

Обычно для анализа результатов исследования удобнее использовать специализированные пакеты статистической обработки. Но в данном случае обработка результатов не требует применения сложных методов, и ее вполне можно выполнить в офисных приложениях, например в MS Excel.

Результатом обработки является сводная таблица (см. табл. 2), отражающая восприятие каждого пункта ценовой шкалы респондентами. Она содержит пять столбцов: один — с пунктами ценовой шкалы, и четыре — с информацией о том, какая часть опрошенных воспринимает продукт при этой цене как слишком дешевый (возникает сомнение в качестве), недорогой (возникает ощущение «выгодной покупки»), недешевый (потребитель считает, что его вынуждают переплачивать, но все же покупает), слишком дорогой (когда продукт отвергается из-за слишком высокой цены).

Сводная таблица восприятия

<i>Цена, руб.</i>	<i>Слишком дешево</i>	<i>Недорого</i>	<i>Недешево</i>	<i>Слишком дорого</i>
30	100%	100%	0%	0%
35	87%	100%	0%	0%
40	73%	100%	0%	0%
45	71%	99%	0%	0%
50	39%	98%	1%	0%
55	0,37	95%	1%	0%
60	23%	93%	2%	0%
65	0,23	92%	2%	0%
70	15%	80%	5%	1%
75	11%	75%	5%	1%
80	8%	64%	9%	1%
85	0,08	62%	10%	2%
90	8%	59%	17%	5%
95	8%	59%	18%	5%
100	0,02	30%	33%	13%
110	2%	29%	35%	19%
120	1%	24%	47%	24%
130	1%	21%	50%	25%
140	1%	21%	52%	25%
150	1%	8%	68%	43%
160	1%	8%	70%	47%
170	0%	7%	73%	49%
180	0%	5%	75%	50%
190	0%	5%	76%	52%
200	0%	3%	90%	67%
250	0%	1%	95%	79%
300	0%	1%	98%	92%
350	0%	0%	99%	95%
400	0%	0%	100%	98%
500	0%	0%	100%	100%

Кривая «недорого» строится как инвертированная кумулята: при низкой цене больше всего участников опроса считает цену выгодной. По мере повышения цены доля опрошенных, воспринимающих продукт как «выгодную покупку», неуклонно снижается (кривая 1). Точка, в которой кривые 1 и 3 пересекаются, называется «точкой безразличия». При значении цены на пересечении кривых доля респондентов, считающих продукт «недорогим», равна доле воспринимающих его как «недешевый».

Аналогичным образом строятся кривые для других двух вопросов.

Точки пересечения построенных кривых имеют важное значение для интерпретации полученных данных. Подробные характеристики каждой из полученных точек приведены в ниже.

<i>Пересекающиеся кривые</i>	<i>Недорого</i>	<i>Слишком дешево</i>
«Недешево»	Точка безразличия (IPR — indifference price point) — точка пересечения кривых «недорого» и «недешево». Респонденты воспринимают эту цену как «нормальную», наиболее подходящую для продукта в сложившихся на рынке условиях. По мнению самого автора методики, эта точка отражает среднюю (точнее, медианную) цену продукта, или цену лидера рынка	Точка предельной дешевизны, нижний порог цены (PMC — point of marginal cheapness) — точка пересечения кривых «слишком дешево» и «недешево». При более низкой цене доля покупателей, отказывающихся от покупки из-за сомнений в качестве продукта, начинает стремительно увеличиваться
«Слишком дорого»	Точка предельной дороговизны, верхний порог цены (PME — point of marginal expensiveness) — точка пересечения кривых «недорого» и «слишком дорого». При более высокой цене существенно возрастает доля покупателей, отказывающихся от покупки из-за чрезмерно высокой цены	Точка оптимальной цены (OPR — optimum price point) — точка пересечения кривых «слишком дешево» и «слишком дорого». По мнению автора методики, цена оптимальна, так в этой точке число потенциальных покупателей предельно велико (суммарное число потребителей, отвергающих продукт из-за его слишком высокой или подозрительно низкой цены, минимально). При сдвиге от точки OPR влево или вправо увеличивается число потребителей, отвергающих продукт из-за слишком высокой или подозрительно низкой цены

Кейс 2.

Кейс - описание реальных экономических, социальных и бизнес-ситуаций. Обучающиеся должны исследовать ситуацию, разобраться в сути проблем, предложить возможные решения и выбрать лучшее из них. Кейсы основываются на реальном фактическом материале или же приближены к реальной ситуации.

Цель кейса - научить обучающихся анализировать проблемную ситуацию, возникшую при конкретном положении дел, и выработать решение; научить работать с информационными источниками, перерабатывать ее из одной формы в другую.

В процессе выполнения кейса решаются следующие задачи:

- Формирование и развитие информационной компетентности;
- Развитие умений искать новые знания, анализировать ситуации;
- Развитие навыков самоорганизации, самостоятельности, инициативности;
- Развитие умений принимать решения, аргументировать свою позицию.

Обязательными составляющими элементами *кейса* являются:

- титульный лист;
- основная часть;
- заключение;

- список использованных источников;
- приложения

Требования к оформлению практических работ представлены в Методических указаниях к содержанию, оформлению и критериям оценивания письменных, практических и курсовых работ, утвержденных решением Научно-методического совета (протокол №8 от 07.06.2018 г.).

Функция спроса на конкретную продукцию приведена в таблице:

<i>Цена, тыс. руб.</i>	<i>Количество, тыс. шт.</i>
0	1000
10	800
20	600
30	400
40	200
50	0

Общие постоянные издержки составляют 5 млн. руб.

Средние переменные издержки составляют 5 тыс. руб.

Определить оптимальную цену за единицу продукции.

Кейс 3. Анализировать финансовую отчетность и финансовый прогноз развития предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств

Общая оценка любого предприятия проводится по данным бухгалтерского баланса и составленного на его основе сравнительного аналитического баланса.

Нам необходимо составить сравнительный аналитический баланс, используя баланс ООО «Сибстрой» в качестве исходного. Также необходимо рассчитать показатели (основные финансовые коэффициенты отчетности).

При сравнительном анализе необходимо:

1. установить изменение общей суммы капитала за отчетный период, то есть определить абсолютное отклонение общей суммы капитала на конец года по сравнению с данными на начало, рассчитать темпы роста капитала;

2. выявить изменения в размещении средств ООО «Сибстрой»;

3. установить изменения в источниках капитала, то есть какова величина и удельный вес собственного и заемного капитала, какова сумма собственных оборотных средств в обороте и величина рабочего капитала.

Рассмотрим баланс предприятия (Приложение 2) и составим сравнительный аналитический баланс по активу и пассиву.

В ходе анализа составляется сравнительный баланс по активу и пассиву приведенный в Приложении 3 и Приложении 4, соответственно.

Анализ позволяет сделать следующие выводы:

- Общая сумма активов возросла на 3535 тыс. руб., или 3,61%;
- Основная сумма капитала размещена в составе оборотных активов: на начало года – 32861 тыс. руб. и на конец года – 31489 тыс. руб.
- За отчетный период снизился удельный вес оборотных активов с 33,58 % до 31,06%.

Анализируя Приложение 4, делаем вывод о том, что в общей сумме капитала собственный капитал составляет 46,51% и 44,62%, и заемный – 8,20% и 29,51% на начало и конец отчетного периода соответственно.

Рассчитаем показатели характеризующие баланс предприятия, их значение на начало и конец года:

1. Медленно реализуемые активы (строки: 210+220+230+270)

на начало года: 10355 тыс. руб.

на конец года: 10018 тыс. руб.

К концу года медленно реализуемых активов стало меньше, что свидетельствует об увеличении оборачиваемости активов.

2. Наиболее ликвидные активы (строки: 250+230)

на начало года: 12784 тыс. руб.

на конец года: 13475 тыс. руб.

Ликвидные активы увеличились, предприятие стало стабильнее выглядеть в глазах заемщиков.

3. Величина финансово-экономической потребности

(строки: 210+230+240-620)

на начало года: 7702 тыс. руб.

на конец года: 6057 тыс. руб.

Финансово-экономическая потребность на конец года уменьшилась, предприятие стало меньше зависеть от внешних факторов.

4. Стоимость имущества (строки: 190 + 290)

на начало года: 97857 тыс. руб.

на конец года: 101392 тыс. руб.

Стоимость имущества к концу года выросла.

5. Краткосрочные пассивы (строки: 610 + 630 + 660)

на начало года: 113 тыс. руб.

на конец года: 17704 тыс. руб.

Увеличение числа краткосрочных пассивов к концу года свидетельствует о нехватке собственных средств на развитие производства.

6. Всего заемных средств (строки 590 + 690)

на начало года: 52343 тыс. руб.

на конец года: 56153 тыс. руб.

Выросло так же и число заемных средств, предприятию для развития производства требуются заемные средства.

7. Рабочий капитал (строки: 290-690)

на начало года: 24841 тыс. руб.

на конец года: 1564 тыс. руб.

Истощение рабочего капитала существенно влияет на нестабильность предприятия.

8. Величина собственных средств в обороте (строки: 490 – 190)

на начало года: -19482 тыс. руб.

на конец года: -24665 тыс. руб.

Предприятию не хватает собственных средств для производства продукции.

Для наглядности сведем полученные данные в таблицу.

Таблица 3.

Показатели, характеризующие баланс предприятия

Показатель	Значение (тыс. руб.)	
	На начало года	На конец года
Медленно реализуемые активы	10355	10018
Наиболее ликвидные активы	12784	13475
Величина финансово-экономической потребности	7702	6057
Стоимость имущества	97857	101392
Краткосрочные пассивы	113	17704
Всего заемных средств	52343	56153
Рабочий капитал	24841	1564

Величина собственных средств в обороте	-19482	-24665
--	--------	--------

За отчетный период произошли изменения в балансе, которые подтверждаются рассчитанными выше показателями. Данные показатели будут в дальнейшем использоваться для анализа ликвидности баланса.

Отчет о прибылях и убытках ООО «Сибстрой» ф№2 приведен в Приложении 5.

Анализ ликвидности баланса и платежеспособности ООО «Сибстрой»

Платежеспособность организации представляет собой один из важнейших критериев оценки финансового положения.

Под платежеспособностью понимается способность субъекта своевременно и полностью рассчитываться по своим обязательствам.

Различают долгосрочную и текущую платежеспособность. Под долгосрочной понимается способность организации рассчитываться по своим долгосрочным обязательствам.

Способность организации платить по своим краткосрочным обязательствам принято называть ликвидностью (текущей платежеспособностью). Таким образом, организация считается ликвидной, когда она в состоянии выполнять свои краткосрочные обязательства, реализуя текущие активы.

Активы баланса в зависимости от степени ликвидности разделяются на следующие группы:

А₁. Наиболее ликвидные активы. Включают все статьи денежных средств организации и краткосрочные финансовые вложения (ценные бумаги), то есть строки 250+260.

А₂. Быстро реализуемые активы. Те активы, для обращения которых в наличные средства требуется определенное время. К ним относятся дебиторская задолженность, платежи по которой ожидаются в течении 12 месяцев после отчетной даты, и прочие оборотные активы, то есть строки 230+270.

А₃. Медленно реализуемые активы. Включают запасы, налог на добавленную стоимость, дебиторскую задолженность (платежи по которой ожидаются более через 12 месяцев после отчетной даты), то есть строки 210+220+230.

А₄. Трудно реализуемые активы. К ним относятся все необоротные активы, то есть строка 190.

Пассивы баланса группируются по степени срочности их оплаты.

П₁. Наиболее срочные обязательства. К ним относится кредиторская задолженность, то есть строка 620.

П₂. Краткосрочные пассивы. Включают краткосрочные кредиты и займы, прочие краткосрочные пассивы и расчеты по дивидендам, то есть строки 610+630+660.

П₃. Долгосрочные пассивы. К ним относятся долгосрочные кредиты и заемные средства, то есть строка 590.

П₄. Постоянные пассивы, или устойчивые, которые включают все статьи раздела 3 баланса «Капиталы и резервы» и другие постоянные пассивы, то есть строки 490+640+650.

Чтобы определить ликвидность баланса, следует сопоставить итоги приведенных групп по активу и пассиву. Баланс организации считается абсолютно ликвидным, если соблюдаются следующие соотношения:

$$A_1 \geq P_1; A_2 \geq P_2; A_3 \geq P_3; A_4 \leq P_4.$$

Сгруппируем полученные данные (см. таблицу 4) и рассмотрим ликвидность баланса ООО «Сибстрой».

Анализ ликвидности баланса (тыс. руб.)

Актив	На начало пер.	На конец пер.	Пассив	На начало пер.	На конец пер.	Платежный излишек (+) или недостаток (-)	
						На начало пер.	На конец пер.
Наиболее ликвидные активы (A ₁) строки 250+260	13318	13598	Наиболее срочные обязательства (П ₁) строка 620	7902	12065	-5416	-1533
Быстро реализуемые активы (A ₂) строки 230+270	113	0	Краткосрочные пассивы (П ₂) строки 610+630+660	53	17704	-60	17704

Медленно реализуемые активы (A ₃) строки 210+220+230	44323	26228	Долгосрочные пассивы (П ₃) строка 590	10302	10018	-34021	-16210
Трудно реализуемые активы (A ₄) строка 190.	64996	69903	Постоянные пассивы (П ₄) строки 490+640+650	45518	45389	-19478	-24514

Вывод по анализу ликвидности баланса: баланс ООО «Сибстрой» можно характеризовать как абсолютно ликвидный, за исключением расчетов по краткосрочным кредитам на конец года ($A_2 \leq P_2$), т.е. предприятие может в короткие сроки погасить задолженность перед кредиторами. Значит предприятие находится «на хорошем счету» у предполагаемых инвесторов, которые могут вложить денежные средства в производство.

Для оценки платежеспособности организации используется ряд финансовых коэффициентов, которые являются относительными величинами, поэтому более детально характеризуют платежеспособность предприятия.

Целесообразно рассчитывать и анализировать следующие финансовые коэффициенты платежеспособности:

1. Общий показатель ликвидности баланса.

$$K_{\text{л.об.}} = (a_1 \cdot A_1 + a_2 \cdot A_2 + a_3 \cdot A_4) / (a_1 \cdot P_1 + a_2 \cdot P_2 + a_3 \cdot P_3);$$

$$a_1 = 1, a_2 = 0,5, a_3 = 0,3.$$

2. Коэффициент абсолютной ликвидности.

$$K_{\text{л.а.}} = A_1 / (P_1 + P_2).$$

3. Промежуточный коэффициент ликвидности.

$$K_{\text{л.п.}} = (A_1 + A_2) / (P_1 + P_2).$$

4. Коэффициент текущей ликвидности.

$$K_{\text{л.т.}} = (A_1 + A_2 + A_3) / (P_1 + P_2).$$

5. Коэффициент маневренности.

$$K_{\text{ман.}} = A_3 / (A_1 + A_2 + A_3) - (П_1 - П_2).$$

6. Доля оборотных средств в активах предприятия.

$$D_{\text{о.с.}} = (A_1 + A_2 + A_3) / ВБ.$$

7. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами.

$$K_{\text{об. с.}} = (П_4 - A_4) / (A_1 + A_2 + A_3).$$

Сведем расчеты, произведенные по этим формулам.

Коэффициенты платежеспособности

Коэффициенты платежеспособности	Нормальное ограничение	На начало года	На конец года	Отклонение
1. Общий показатель ликвидности баланса.	$K_{\text{л.об}} > 1$	1,773	1,473	-0,300
2. Коэффициент абсолютной ликвидности.	$K_{\text{л.а}} > 0,2 - 0,7$	0,662	0,356	-1,306
3. Промежуточный коэффициент ликвидности.	$K_{\text{л.п}} \geq 0,7$ Желат. = 1	1,662	0,356	-0,306
4. Коэффициент текущей ликвидности.	$K_{\text{л.т}} = 1$, оптим = 1,5 - 3	2,954	1,693	-1,261
5. Коэффициент маневренности.	$K_{\text{ман}}$ должен уменьшаться	0,652	0,382	-0,270
6. Доля оборотных средств в активах предприятия	$D_{\text{о.с.}} > 0,5$	0,242	0,203	-0,039
7. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами.	$K_{\text{об. с.}}$ Не менее 0,1	-0,823	-1,196	-0,373

Выводы по показателям платежеспособности предприятия:

1. Общий показатель ликвидности баланса – показывает, что данное предприятие обладает готовностью и допустимой скоростью, с которой текущие активы могут быть превращены в денежные активы.
2. Коэффициент абсолютной ликвидности – показывает, что предприятие способно погасить часть краткосрочных обязательств немедленно.
3. Промежуточный коэффициент ликвидности – показывает, что происходит снижение финансовой устойчивости предприятия.
4. Коэффициент текущей ликвидности – показывает, что предприятие в начале года способно в полной мере оплатить краткосрочные обязательства, а в конце года способность уменьшается.
5. Коэффициент маневренности – поскольку $K_{\text{ман}}$ уменьшается то это, означает, что предприятие способно маневрировать (успешно управлять) собственными денежными средствами.
6. Доля оборотных средств в активах предприятия – поскольку доля оборотных активов мала и постепенно уменьшается, уменьшается и скорость, с которой активы могут быть превращены в денежные средства.

7. Коэффициент обеспеченности предприятия собственными оборотными средствами – означает, что предприятие существенно зависимо от внешних источников финансирования.

Таким образом, состояние организации можно оценить как среднее и неустойчивое лишь по отдельным показателям.

ТЕСТ

по дисциплине «Ценообразование»

Максимальный балл – 10

За каждый правильный ответ начисляется 0,2 балла. В итоге правильные ответы суммируются.

Вопрос 1. Точка безубыточности – это:

- все ответы верны
- объем производства, при котором производитель работает без убытков
- правильного ответа нет
- уровень затрат, необходимый для производства продукции
- цена, при которой организация начинает получать прибыль

Вопрос 2. Более высокую цену можно установить, если спрос ...

- единичной эластичности
- неэластичный
- сезонный
- эластичный

Вопрос 3. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:

- имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара
- информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна
- отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли

Вопрос 4. В какую сторону цена может отклоняться от стоимости:

- цена всегда выше стоимости
- цена всегда равна стоимости
- цена может быть выше или ниже стоимости
- цена не может отклоняться от стоимости ни при каких условиях

Вопрос 5. В России стратегия монополистического ценообразования ...

- законом не запрещена
- запрещена законом
- запрещена этикой рынка
- разрешается

Вопрос 6. Верхняя граница цены определяется ...

- затратами и максимальной прибылью
- спросом
- суммой внешних и внутренних затрат
-

суммой постоянных и переменных затрат

Вопрос 7. Виды себестоимости:

- полная
- производственная
- реализационная
- рыночная
- среднеотраслевая
- цеховая

Вопрос 8. Виды цен в зависимости от территории действия:

- гибкие
- единые
- зональные
- контрактные
- местные
- рыночные
- справочные

Вопрос 9. Государственное регулирование цен на отдельные виды продукции отражает выполнение ценами функции:

- распределительной
- регулирующей
- стимулирующей
- учетно-измерительной

Вопрос 10. Государство устанавливает нижний лимит цен для ...

- обеспечения необходимой прибыли организациям
- решения социальных вопросов
- стимулирования инновационной деятельности
- фискальных целей

Вопрос 11. Зависимость свободной розничной цены от косвенных налогов:

- зависимость равна 1
- обратно пропорциональная
- прямо пропорциональная
- такой зависимости не прослеживается

Вопрос 12. Закупочные цены используются для ...

- реализации промышленной продукции организациям
- реализации сельхозпродукции населению
- реализации сельхозпроизводителями своей продукции государству и

организациям в больших объемах

- скупки сырья и материалов у организаций

Вопрос 13. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...

- всех фактических затрат на производство и сбыт товаров
- зависит от спроса населения на товар
- постоянных затрат на производство товара
- прямых затрат на производство товара

Вопрос 14. Когда потолок цен устанавливается ниже равновесной цены, возникает

...

- дефицит
- избыток
- изменение предложения
- изменения объема продаж

Вопрос 15. Косвенные методы регулирования цен

- введение рекомендательных цен по важнейшим видам продукции
- изменение акцизной ставки
- установление паритетных цен
- установление предельного норматива рентабельности

Вопрос 16. Маржинальная теория цены и ценообразования считает базой цены товара ...

- качество
- полезность
- предельную полезность
- редкость

Вопрос 17. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:

- адаптивной политики цен
- маркетингового ценообразования
- политики доминирующего лидерства
- политики приспособления к ведущим конкурентам

Вопрос 18. Недостатки методов затратного ценообразования:

- игнорирование информации о поведении конкурентов
- игнорирование информации о поведении покупателей
- недостоверность исходных данных
- сложность сбора информации

Вопрос 19. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:

- в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия
- в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден
- товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей
- товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель

Вопрос 20. Определите переменные издержки единицы продукции (руб.), при условии, что точка безубыточности равна 500 ед., годовая сумма постоянных издержек составляет 70000 руб., цена продукции – 200 руб.:

- 140
- 2,5
- 350
- 60

Вопрос 21. Определите точку безубыточности (шт.), если известно, что годовая сумма постоянных издержек составляет 56000 руб., цена продукции – 300 руб., переменные издержки – 100 руб.:

- 140
- 187
- 280
- 560

Вопрос 22. Определить оптовую цену предприятия при условии, что полная себестоимость изделия составляет 350 руб., а норма прибыли 30%, НДС 10%:

- 455
- 500
- 536,9
- 590

Вопрос 23. Основной метод установления цен:

- «снятия сливок»
- захват потребительского излишка
- максимум прибыли
- обеспечение безубыточности
- средние затраты плюс прибыль

Вопрос 24. Переменные затраты на единицу продукции ...

- зависят от постоянных затрат
- остаются неизменными
- снижаются в зависимости от объёма производства
- увеличиваются, если объём производства растёт

Вопрос 25. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:

- взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей

- взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей
- взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей

- все товары производятся в условиях конкуренции

Вопрос 26. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален ...

- величине косвенных налогов
- прибыли от реализации товара
- себестоимости товара
- ценовым надбавкам

Вопрос 27. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам

...

- все ответы верны
- ниже себестоимости
- определяемым торговым посредником
- утверждённым руководством организации

Вопрос 28. Полная себестоимость продукции включает ...

- альтернативные расходы
- маржинальные расходы
- производственную себестоимость и расходы на продажу
- только производственную себестоимость

Вопрос 29. При базисном условии цены CFR морская транспортировка осуществляется:

- на риск и за счет покупателя
- на риск и за счет продавца
- на риск покупателя, но за счет продавца
- на риск продавца, но за счет покупателя

Вопрос 30. При заключении контракта на условии поставки по цене СРТ обязанности продавца считаются выполненными:

- в момент прибытия товара к месту назначения, указанному в контракте
- при передаче товара первому перевозчику
- при передаче товара экспедиторской компании
- при погрузке товара в железнодорожный вагон

Вопрос 31. Признаки мировой цены – это ...

- высокие экспортно-импортные тарифы
- наличие информации в печати
- платежи в свободно конвертируемой валюте
- представительность
- регулируемость уровня цен государствами
- совершение крупных экспортных и импортных сделок

Вопрос 32. Психология покупателя наиболее часто учитывается при исчислении ...

- затрат на производство
- оптовой цены предприятия
- отпускной цены на продукцию производственного назначения
- розничной цены потребительских товаров

Вопрос 33. Публикуемые (справочные) цены, как правило, являются ценами ...

- взаимозачёта
- обмена
- предложения
- спроса

Вопрос 34. Пути снижения себестоимости:

- использование «черной» бухгалтерии

- переход на другую систему уплаты налогов
- применение ресурсосберегающих технологий
- снижение производительности труда
- снижение трудоемкости продукции

Вопрос 35. Равновесная цена – цена, при которой равны ...

- объём реального производства и потенциальные возможности организации
- объём спроса на товар и объём его предложения
- прибыль и затраты на производство товара
- рентабельность и затраты на производство товара

Вопрос 36. Разность между выручкой от продаж продукции и переменными затратами....

- валовая прибыль
- маржинальная прибыль
- чистая прибыль
- чистый доход

Вопрос 37. Расчетная цена участника внешнеторговой сделки – это ...

- нижний порог цены для участника сделки
- цена другой сходной сделки на сходный товар
- цена, оглашенная в справочных каталогах и рекламных проспектах
- цена, по которой участник сделки желал бы продать (купить) товар

Вопрос 38. Регулирование государством цен посредством установления условий ценообразования осуществляется в формах ...

- государственного контроля за монопольными ценами
- замораживания цен
- установления государственных преysкуранных цен
- установления максимального уровня разового повышения цен

Вопрос 39. Регулирование цен на продукцию монополистов может осуществляться в форме применения ... цен.

- предельных
- преysкуранных
- сезонных
- скользящих

Вопрос 40. Регулирование цен со стороны государства в условиях рыночной экономики ...

- желательно только на предметы потребления
- не осуществляются
- необходимо на ограниченный круг товаров
- необходимо только на продукты питания

Вопрос 41. Регулируемая система цен в основном применяется ...

- в отраслях с естественной монополией
- на мировом рынке
- на потребительском рынке
- на рынках средств производства

Вопрос 42. Регулируемые цены отличаются от свободных цен по ...

- абсолютным показателям
- конъюнктуре мирового рынка
- натуральным показателям
- степени и характеру вмешательства государства в ценообразование

Вопрос 43. Сезонность может привести на рынке к ...

- колебаниям розничных цен
- стабильности розничных цен
- шокам предложения

- шокам спроса

Вопрос 44. Спрос можно считать неэластичным, если:

- при изменении цены спрос не изменится
- при несущественном снижении цены спрос увеличится значительно
- при постоянной цене изменяется спрос
- при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно

Вопрос 49. Ставки налога на добавленную стоимость согласно НК РФ:

- 0; 10; 20
- 0; 10; 18
- 10; 20
- 5; 10; 13; 18, 20

Вопрос 45. Статьи калькуляции расчётной базы цены, относящиеся к прямым расходам:

- коммерческие расходы
- общехозяйственные расходы
- сырьё и материалы
- топливо и энергия на технологические цели

Вопрос 46. Стратегия низких цен используется ...

- для прорыва на рынок
- для товаров, выпускаемых в небольших объемах
- при больших финансовых затратах
- при масштабном выпуске продукции

Вопрос 47. Стратегия средних цен может быть представлена стратегией ...

- «снятия сливок»
- дифференцированных цен
- проникновения на рынок
- следования за лидером

Вопрос 48. Стратегия, при которой установление цен на более низком уровне, чем по мнению большинства покупателей заслуживает товар с данной экономической ценностью называется стратегией:

- премиального ценообразования
- скидок
- скорейшего возврата средств
- ценового прорыва

Вопрос 49. Таможенная пошлина – это ...

- косвенный налог
- нет верного ответа
- прямой налог
- ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги

Вопрос 50. Тендер позволяет приобрести товар по ...

- максимальной цене
- минимальной цене
- средней арифметической
- цене, максимально отражающей качество товара

Вопросы к зачету по дисциплине «Ценообразование»

Вопросы к зачету:

1. Цена как экономическая категория.
 2. Классификация цен.
 3. Функции цены в рыночной экономике.
 4. Система цен в экономике.
 5. Состав и структура оптовой цены предприятия.
 6. Состав и структура отпускной цены промышленности.
 7. Состав и структура розничной цены.
 8. Ценовая политика фирмы. Задачи ценовой политики фирмы.
 9. Классификация факторов, влияющих на принятие решения об установлении цены.
 10. Особенности установления цены при выходе фирмы на новый рынок.
- Источники информации для построения ценовой модели и определения оптимальной цены
2. Различные виды и задачи ценовой политики предприятия, связанные с текущими, средне- и долгосрочными планами
 3. Основные методы ценообразования и особенности их применения в условиях неопределенности.
 11. Ценовая стратегия при введении на рынок нового товара.
 12. Стратегия ценообразования при защите позиций на рынке.
 13. Ценообразование при последовательном проходе по сегментам рынка.
 14. Ценовая политика фирмы при использовании стратегий быстрого и удовлетворительного возмещения затрат.
 15. Стимулирование комплексных продаж.
 16. Методология ценообразования. Основные принципы ценообразования.
 17. Затратное ценообразование: достоинства и недостатки.
 18. Административный метод установления цен. Приемы установления цен.
 19. Установление цен в условиях совершенной конкуренции.
 20. Ценообразование в условиях монополии, имеющей целью максимизацию прибыли.
 21. Установление цен в случае максимизации валового дохода монополистом.
 22. Ценообразование по системе двойного тарифа.
 23. Ценообразование по принципу «издержки плюс».
 24. Понятие мировой цены. Источники информации о мировых ценах.
 25. Алгоритм расчета экспортной цены.
 26. Расчет импортной цены.
 27. Ценовые поправки.
 28. Виды ценовых скидок.
 29. Цели и задачи государственного регулирования цен.
 30. Методы государственного регулирования цен.
 31. Товарный и валютный демпинг.
 32. Сущность контрактной цены.
 33. Виды контрактных цен.
 34. Расчет скользящей цены. Область применения скользящих цен.
 35. Цена на лицензию и «ноу-хау». Роялти и паушальные платежи.
 36. Трансфертная цена. Область применения трансфертных цен.
 37. Цена потребления. Ее роль в принятии решения о покупке.

38. Разработка ценового прогноза методом экстраполяции.
39. Методы экспертных оценок в прогнозировании цен.
40. Разработка ценового прогноза с помощью экономико-математических методов.
41. Назначение, структура и содержание основных финансовых отчетов организации

Практикоориентированные задания

Задание 1. (ПК-1. У.1.) Разработка ценовой политики предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды

ООО «Лина» выпускает товар, изменение цены, индивидуального спроса и предложения на который за декаду приведены в табл. 2.1. Рассчитать величины рыночного спроса и предложения по каждой номенклатуре товара, если покупателей 10, а продавцов – 15.

Полностью задание есть в Приложении 5.

Задание 2 (ПК-1. У.2.) Применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией

Величины рыночного спроса и предложения за декаду по каждой номенклатуре товара ООО «Лина» представлены в табл. 2.2. В целях корректировки товарной стратегии предприятия на ближайшее время, необходимо проанализировать ситуацию, которая сложилась на рынке.

Полностью задание есть в Приложении 5.

Задание 3 (ПК 3. У.1.) Анализировать финансовую отчетность и финансовый прогноз развития предприятий различных форм собственности, организаций и ведомств

Определить объем товарной и реализованной продукции.

Исходные данные:

1. Сдано готовых изделий на склад для реализации на сумму 50 млн руб.
2. Прочая продукция для реализации другим предприятиям - 2,5 млн руб.
3. Стоимость оказанных услуг другим предприятиям - 0,84 млн руб.
4. Стоимость полуфабрикатов для реализации другим предприятиям - 0,68 млн руб.
5. Остатки готовой продукции на складе: на начало года - 0,48 млн руб.; на конец года - 0,54 млн руб.

По приведенным данным определить увеличение цены продукции за период, прошедший с момента подписания контракта на поставку объекта до его фактической поставки.

Исходные данные:

- ☐ Продажная цена объекта на момент подписания контракта – 16000 ден. ед.
- ☐ Зарботная плата работников: начальная – 1500 ден. ед., новая – 1700 ден. ед.
- ☐ Стоимость сырья: начальная – 8000 ден. ед., новая – 8500 ден. ед.

Удельный вес зарботной платы и стоимости сырья в себестоимости соответственно составляют 25 и 40%.

Задача 4

Пример. Предприятие производит продукцию одного вида. Затраты на производство и реализацию составляют 600 000 ден. ед. Объем производства и реализации составил 60 000 штук. Определить себестоимость единицы продукции.

Решение: $C = 600\,000 \text{ ден. ед.} / 60\,000 \text{ шт.} = 10 \text{ ден.ед.}$

Задача 1. Предприятие “Пластикон” производит продукцию А. Общие издержки за отчетный период составили 450 000 ден. ед. За это период было выпущено 90 000 штук. Определить издержки, приходящиеся на одно изделие методом прямого счета, а также цену, если уровень рентабельности изделия составляет 25 %.

Задача 2. Предприятие «Тамань» выпускает продукцию. За предыдущий период издержки составили 950 000 ден. ед., а объем выпуска насчитывал 48 000 штук. В последующий период издержки выросли до 122 000 ден. ед., а объем выпуска до 65 000 штук. Определите себестоимость за предыдущий и за отчетный период, определите процент изменения себестоимости.

Задача 5.

Многоступенчатый метод прямого счета применяется, когда производство продукции осуществляется на нескольких рабочих местах, т. е. изделие проходит несколько ступеней обработки и между ними образуется производственный задел. Себестоимость единицы продукции определяется по формуле

$$C = И1/NI + И2/N2 + \dots + ИP/NP,$$

где ИI (ИP) – издержки на производство (реализацию) продукции на i-м рабочем месте, ден. ед.;

NI (NP) – количество произведенной (реализованной) продукции на i-м рабочем месте, нат. ед.

Пример. Производство продукции осуществляется на двух рабочих местах. На первом рабочем месте было изготовлено 2000 полуфабрикатов, издержки производства при этом составили 112 000 ден. ед. На втором рабочем месте после дополнительной обработки с издержками 58 000 ден. ед. было изготовлено 1600 штук готовых изделий. Реализовано 1400 штук, издержки реализации составили 5600 ден. ед. Определить себестоимость единицы продукции.

Решение: $C = 112\,000 \text{ ден.ед.}/2000 \text{ шт.} + 58\,000 \text{ ден.ед.}/1600 \text{ шт.} + 5600 \text{ ден.ед.}/1400 \text{ шт.} = 90 \text{ ден. ед.}$

Задача 1. Процесс производства продукции предприятия включает две технологические операции. Затраты на материалы единицы продукции составляют 20 ден. ед. На первом рабочем месте производится 800 штук полуфабрикатов, издержки производства 16 000 ден. ед. На втором рабочем месте после дальнейшего обработки с издержками 3000 ден. ед. было изготовлено 1000 штук изделий. Объем продаж составил 400 штук, издержки на реализацию составили 1000 ден. ед. Определить себестоимость единицы продукции.

Задача 6.

Пример. Химическое предприятие производит в результате переработки сырья основную продукцию и побочные продукты - В и С, которые различаются дальнейшим процессом обработки. За 5000кг основного продукта было получено при продаже 500000 ден. ед. Побочный продукт В продан в количестве 2000кг за 250000 ден. ед., побочный продукт С – в количестве 1000кг за 150000 ден. ед. Общие издержки производства составили 750 000 ден. ед. Издержки дальнейшей обработки продукта В – 50 000 ден. ед., продукта С – 100 000 ден. ед. Определить себестоимость 1 кг основного продукта.

Решение: $Иосн = (750000 + 2000(125 - 25) + 1000(150 - 100))/5000 = 200 \text{ ден. ед.}$

Задача 7. Предприятие в рамках одного технологического процесса производит один основной продукт и три побочных: А, В, С. Количество основного продукта – 4000 т, побочного продукта А – 500 т, побочного продукта В – 300 т, продукта С – 400 т. Общие производственные издержки составляют 890 610 ден. ед. Издержки дальнейшей обработки побочного продукта А – 3,5 ден. ед. на тонну, а цена реализации – 22,5 ден. ед., побочного продукта В – 3,2 ден. ед. на тонну, цена реализации – 19,3 ден. ед., продукта С – 3,9 ден. ед., цена реализации – 24,6 ден. ед. Определить себестоимость 1 т основного продукта.

продукта В – 3,2 ден. ед. на тонну, цена реализации – 19,3 ден. ед., продукта С – 3,9 ден. ед., цена реализации – 24,6 ден. ед. Определить себестоимость 1 т основного продукта.