Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
Среднерусский институт управления - филиал
ФАКУЛЬТЕТ «ГОСУДАРСТВЕННОЕ, МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ И ЭКОНОМИКА НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА»
КАФЕДРА «Менеджмент и государственное управление»

Меркулов Павел Александрович

Подписан: Меркулов Павел Александрович
DN: C=RU, S=Орловская область, L=гор. Орел, T=Директор, OU="СРЕДНЕРУССКИЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ - ФИЛИАЛ ФЕДЕРАЛЬНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО БЮДЖЕТНОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ""РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ""", O="ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ "" РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ""", СНИЛС=00482216008, ИНН=575206486423, E=it@orel.ranepa.ru, G=Павел Александрович, SN=Меркулов, CN=Меркулов Павел Александрович
Основание: я подтверждаю этот документ своей удостоверяющей подписью
Местоположение: Среднерусский институт управления

УТВЕРЖДЕНА
кафедрой «Менеджмент и государственное управление»
Протокол №1 от "27" августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.02 Цены и ценообразование

Направление подготовки (специальность) 38.05.01 «Экономическая безопасность»
Специализация: «Экономико-правовое обеспечение экономической безопасности»
Квалификация (степень) выпускника: экономист
Форма обучения: заочная
Год набора: 2020

Орел, 2019 г.

Автор-составитель:
кандидат эконом. наук, доцент кафедры
«Менеджмент и государственное управление» А.И. Репичев

Заведующий кафедрой
«Менеджмент и государственное управление»
д-р эконом. наук, профессор Т.А. Головина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы 4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы 5
3. Содержание и структура дисциплины 6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине 8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 28
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 29
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 31

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

1.1. Дисциплина «Цены и ценообразование» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ПК–24 Способностью оценивать эффективность формирования и использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов, выявлять и пресекать нарушения в сфере государственных и муниципальных финансов.

ПК–36 Способностью составлять прогнозы динамики основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов.

Таблица 1

Этапы освоения компетенций

Кодкомпетенции	**Наименованиекомпетенции**	**Код этапа освоения компетен-ций**	**Наименованиеэтапакомпетенции**
ПК-24	Способностью оценивать эффективность формирования и использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов, выявлять и пресекать нарушения в сфере государственных и муниципальных финансов	ПК - 24.5	Способность применять инструменты и методы ценообразования для управления государственными и муниципальными финансовыми ресурсами
ПК-36	Способностью составлять прогнозы динамики основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов	ПК - 36.1	Способностью использовать методы инвестиционного анализа и анализа хозяйственной деятельности

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

Таблица 2

Результаты освоения компетенций

Код этапа освоения компетенции	**Результаты обучения**
ПК - 24.5	***сформированы знания:*** – о классификации цен, составе и структуре цены, методах ценообразования; особенностях установления цен на различных типах рынков и в условиях инфляции; ***сформированы умения:*** -проводить анализ ценовой динамики, статистических и финансово-экономических показатели хозяйственной деятельности предприятия; определять цену и разрабатывать мероприятия по оптимизации структуры цены; ***сформированы навыки:*** - применения современных методов разработки и реализации стратегии и тактики ценообразования.

ПК - 36.1	***сформированы знания:*** – теории и методического инструментария прогнозирования динамики основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов; ***сформированы умения:*** - использовать экономико-математическое моделирование для прогнозирования основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов; ***сформированы навыки:*** - исчисления основных показателей финансово-хозяйственной деятельности предприятий и оценки динамики их изменений; - прогнозирования динамики основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Таблица 3

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельная работа		**Объем дисциплины (модуля), часы**					
		Всего	**Семестр**				
						8	
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		16				16	
лекционного типа (Л)		6				6	
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)							
практического (семинарского) типа (ПЗ)		10				10	
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)							
Самостоятельная работа обучающихся (СР)		52				52	
Промежуточная аттестация	форма	ЗаО				ЗаО	
	час	**4**				4	
Общая трудоемкость	час / з.е.	**72/2**				72/2	

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Цены и ценообразование» изучается на пятом курсе в десятом семестре, общая трудоемкость дисциплины 2 з.е., относится к вариативной части профессионального цикла, дисциплина по выбору (Б1.В.ДВ.03.02) подготовки обучающихся по направлению 38.05.01 Экономическая безопасность.

Входные знания, умения и владения обучающегося необходимые при освоении данной дисциплины, приобретены в результате освоения предшествующих дисциплин: Б1.Б.09 «Экономическая теория», Б1.Б.14 «Финансы» и др.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 4

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР, в том числе КВР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме	11	1		1		9	О1, Т1
2	Затратное ценообразование: экономические основы	11	1		1		9	О2, Т2, З1
3	Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования	12	1		2		9	О3, Т3, З2
4	Анализ экономической приемлемости изменений цен простейшие приемы	12	1		2		9	О4, Т4, З3
5	Ценность товара как фактор формирования его цены	11	1		1		9	О5, Т5
6	Основы формирования ценовой стратегии	11	1		3		7	О6, Т6
	Промежуточная	4						Зачет

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР, в том числе КВР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
аттестация								
Всего:		72	6		10		52	

Примечание. Форма текущего контроля успеваемости: опрос (О), тестирование (Т), решение задач (З).

Содержание дисциплины

Тема 1. Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме

Концепция спроса и практика бизнеса Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования

Тема 2. Затратное ценообразование: экономические основы

Экономическая логика затратного ценообразования. Модель затратного ценообразования. Расчет цен на основе нормативов рентабельности. Расчет цен на основе наценок. Ценообразование с ориентацией на целевую рентабельность инвестиций. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок рынка.

Тема 3. Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования

Классификация издержек для целей ценообразования. Альтернативные и предотвратимые издержки и их роль в обосновании цен. Обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам. Затратное ценообразование на основе кривой обучения.

Тема 4. Анализ экономической приемлемости изменений цен простейшие приемы

Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования. Определение относительного выигрыша в результате управления ценами. Финансовый анализ и маркетинговый план проблемы согласования. Анализ условий безубыточности при изменениях цен. Анализ условий безубыточности изменений цен при непостоянстве затрат.

Тема 5. Ценность товара как фактор формирования его цены

Ценность товара: что это такое и от чего она зависит. Процедура определения экономической ценности товара.

Тема 6. Основы формирования ценовой стратегии

Этапы разработки ценовой стратегии. Выбор типа ценовой стратегии. Стратегия премиального ценообразования. Стратегия ценового прорыва. Нейтральная стратегия ценообразования.

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

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: опрос;
- при проведении практических занятий: опрос, тестирование, практические задания.

4.1.2. Промежуточная аттестация проводится с применением следующих методов (средств):

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета в устной форме по вопросам и (или) тестирование

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.

Типовые оценочные материалы по темам

Вопросы для устного опроса

Тема 1. Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме

1. В чем смысл концепции спроса и практика бизнеса.
2. Каковы цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.

Тема 2. Затратное ценообразование: экономические основы

1. Определите экономическую логику затратного ценообразования
2. Выделите характеристики процесса затратного ценообразования.
3. Сформируйте сущность расчета цен на основе нормативов рентабельности.
4. Сформируйте сущность расчета цен на основе наценок.
5. Определите характеристики ценообразования с ориентацией на целевую рентабельность инвестиций.
6. Выделите основные черты расчета цен на основе торговых скидок и надбавок рынка.

Тема 3. Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования.

1. Охарактеризуйте альтернативные и предотвратимые издержки и их роль в обосновании цен.
2. Выделите основные классификационные признаки издержек для целей ценообразования.
3. В чем заключается обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам.
4. В чем заключается затратное ценообразование на основе кривой обучения.

Тема 4. Анализ экономической приемлемости изменений цен простейшие приемы.

1. Какова роль относительного выигрыша в результате управления ценами?
2. Дайте характеристику изменения логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
3. Что такое финансовый анализ и маркетинговый план проблемы согласования?
4. Что такое анализ условий безубыточности при изменениях цен?
5. Что такое анализ условий безубыточности изменений цен при непостоянстве затрат?

Тема 5. Ценность товара как фактор формирования его цены.

1. Что такое ценность товара и от чего она зависит?
2. В чем заключаются процедура определения экономической ценности товара?

Тема 6. Основы формирования ценовой стратегии.

1. Определите этапы разработки ценовой стратегии.
2.В чем заключаются сущность стратегии премиального ценообразования?
3.В чем заключаются сущность стратегии ценового прорыва?
4.В чем заключаются сущность нейтральной стратегии ценообразования?

Тестовые задания для текущего контроля успеваемости
Тестовые задания по темам

Тема 1. Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме.

1. Эта функция цены показывает, во что обходится обществу удовлетворение конкретной потребности в той или иной продукции:
а) распределительная;
б) учетная;
в) балансирования спроса и предложения;
г) стимулирующая.

2. Цена стимулирует увеличение предложения при нехватке товаров и увеличивает спрос при избытке товаров, разгружая рынок от излишков, ограничивая предложение, в соответствии с функцией:
а) учетной;
б) распределительной;
в) балансирования спроса и предложения;
г) стимулирующей.

3. Цена единицы продукции, по которой предприятия реализуют произведенную продукцию другим предприятиям, сбытовым организациям обычно крупными партиями:
а) равновесная цена;
б) оптовая цена;
в) розничная цена;
г) демпинговая цена.

4. Зависимость между ценой товара и объемом его реализации:
а) прямо пропорциональная;
б) обратно пропорциональная;
в) отсутствует.

5. В состав закупочной цены входят:
а) себестоимость, прибыль;
б) себестоимость, прибыль, НДС;
б) себестоимость, прибыль, торговая надбавка, НДС;
в) себестоимость, прибыль, снабженческая надбавка, НДС.

6. По характеру обслуживаемого оборота выделяют:
а) оптовые и розничные цены;
б) твердые и скользящие цены;
в) монопольные и олигопольные цены;
г) цены на строительную продукцию и закупочные цены.

7. Фиксированные и предельные цены являются разновидностью:
а) свободных цен;
б) регулируемых цен;
в) публикуемых цен;
г) расчетных цен.

8. В состав цены, определяемой на условиях франко-склад покупателя, включают:
а) полную себестоимость;
б) полную себестоимость и прибыль;
в) полную себестоимость, прибыль и транспортные расходы по доставке продукции по покупателя;
г) полную себестоимость, прибыль, транспортные расходы по доставке продукции по покупателя, оплату услуг экспедитора.

9. Термин «франко» показывает:
а) долю производителя в розничной цене товара;
б) начиная с какого пункта на пути продвижения товара от продавца к покупателю поставщик возмещает транспортные расходы и прочие связанные с перемещением товара расходы;
в) до какого пункта на пути продвижения товара от продавца к покупателю поставщик возмещает транспортные расходы и прочие связанные с перемещением товара расходы.

10. Акциз не включается в состав:
а) оптовой цены предприятия;
б) отпускной цены предприятия;
в) оптовой цены отрасли;
г) розничной цены.

Тема 2. Затратное ценообразование: экономические основы.

1. Система ценообразования, основанная на учете взаимодействия спроса и предложения:
а) смешанная;
б) централизованная;
в) рыночная.

2. Форма выражения ценности благ, проявляющаяся в процессе их обмена:
а) себестоимость;
б) цена;
в) прибыль;
г) рента.

3. Функция цены, позволяющая определять стоимостные показатели:
а) учетная;
б) стимулирующая;
в) распределительная;
г) сбалансирования спроса и предложения.

4. Цена, при которой объем спроса равен объему предложения:
а) равновесная;
б) критическая;
в) закупочная;
г) гарантированная.

5. Цена, исчисляемая в момент исполнения договора путем пересмотра первоначальной договорной цены с учетом изменений в издержках производства за период времени, необходимый для изготовления продукции:
а) скользящая;
б) подвижная;
в) твердая.

6. В состав цены, определяемой на условиях франко-склад продавца, включают:
а) полную себестоимость;
б) полную себестоимость и прибыль;

в) полную себестоимость, прибыль и транспортные расходы по доставке продукции по потребителя;
г) полную себестоимость, прибыль, транспортные расходы по доставке продукции по потребителя, оплату услуг экспедитора.

7. Цены, применяемые при реализации продукции между подразделениями предприятия, а также разных фирм, но входящих в одну ассоциацию:
а) дискриминационные;
б) демпинговые;
в) трансфертные;
г) поясные.

8. Цены, складывающиеся в условиях доминирующего положения одного или нескольких субъектов ценообразования и позволяющие извлекать дополнительную прибыль:
а) монопольные;
б) скользящие;
в) целевые;
г) закупочные.

9. Торговая надбавка включается в состав:
а) оптовой цены предприятия;
б) отпускной цены предприятия;
в) оптовой цены отрасли;
г) розничной цены.

10. В состав оптовой надбавки включают:
а) отпускную цену предприятия и издержки обращения оптовой организации;
б) издержки обращения оптовой и торговой организаций;
в) издержки обращения и прибыль оптовой организации;
г) прибыль и НДС оптовой организации.

Тема 3. Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования.

1. Наибольшая часть сельскохозяйственной продукции представлена на рынке:
а) чистой конкуренции;
б) монополистической конкуренции;
в) олигополии;
г) чистой монополии.

2. На рынке совершенной конкуренции фирма может получать прибыль выше средней по отрасли:
а) как в краткосрочном, так и в долгосрочном периоде;
б) только в долгосрочном периоде;
в) только в краткосрочном периоде.

3. Реклама является средством повышения прибыли фирмы, действующей на рынке:
а) чистой конкуренции;
б) монополистической конкуренции;
в) чистой монополии.

4. Возможность дифференциации товара по качеству, товарному знаку и прочим характеристикам дает каждому продавцу меру монопольной власти над ценой на рынке:
а) чистой конкуренции;

б) монополистической конкуренции;
в) чистой монополии;
г) олигополии.

5. Цена единицы товара на рынке монополистической конкуренции:
а) ниже, чем на рынке совершенной конкуренции;
б) выше, чем на рынке совершенной конкуренции;
в) равна цене единицы товара на рынке совершенной конкуренции.

6. Ситуация, когда всего несколько фирм снабжают весь рынок - от двух до десяти фирм, на которые приходится 50% и более общего объема продаж отрасли, характеризует данный рынок:
а) как рынок совершенной конкуренции;
б) как рынок монополистической конкуренции;
в) как рынок олигополии;
г) как рынок чистой монополии.

7. Возникающее на олигополистическом рынке постепенное снижение цены несколькими участниками рынка до тех пор, пока она не достигнет уровня средних издержек:
а) ценовая война;
б) чистая монополия;
в) картель;
г) рыночная конъюнктура.
8. Модель «Лидерство в установлении цен» может использоваться на рынке:
а) совершенной конкуренции;
б) чистой монополии;
в) олигополии.

9. На рынке олигополии продается товар:
а) только стандартизированный (унифицированный);
б) только дифференцированный;
в) как стандартизированный (унифицированный) так и дифференцированный.

10. Для рынка чистой монополии характерно:
а) отсутствие стратегического поведения;
б) легкий вход на рынок и выход;
в) ожидание ответных действий конкурентов при изменении цен;
г) возникновение картелей.

11. Ценовая дискриминация второго типа проявляется в:
а) установлении разных цен в различных сегментах рынка;
б) установлении на каждую единицу однородного товара устанавливается свей цены, равной цене ее спроса;
в) продаже по разным ценам определенных партий продукции.

12. Различие в цене билетов на посещение музея для российских граждан и иностранцев является проявлением:
а) ценовой дискриминации первого типа;
б) ценовой дискриминации второго типа;
в) ценовой дискриминации третьего типа.

13. Показатель, характеризующий уровень отраслевой концентрации, определяемый как сумма квадратов рыночных долей (в процентах) всех субъектов рынка в общем его объеме:
а) пороговая доля рынка;
б) индекс Линда;
в) индекс концентрации
г) индекс Герфиндаля-Гиршмана.

Тема 4. Анализ экономической приемлемости изменений цен простейшие приемы.

1. Хозяйственная ситуация, когда производство некоторого продукта ведется множеством мелких предприятий, каждое из которых производит незначительную долю отраслевого выпуска:
а) чистой конкуренции;
б) монополистической конкуренции;
в) чистой монополии;
г) олигополии.

2. Информация о ценах, технологии и вероятной прибыли свободно доступна и существует возможность быстро реагировать на изменившиеся условия рынка посредством перемещения применяемых ресурсов на рынке:
а) чистой конкуренции;
б) монополистической конкуренции;
в) чистой монополии;
г) олигополии.

3. Товар каждой фирмы, торгующей на рынке, являющийся несовершенным заменителем товара, реализуемого другими фирмами, обладающий относительно большой положительной перекрестной эластичностью:
а) стандартизированный;
б) товар-новинка;
в) дифференцированный;
г) смешанный.

4. Фирма, действующая на рынке монополистической конкуренции, устанавливает объем производства:
а) меньший, чем объем производства при совершенной конкуренции;
б) больший, чем объем производства при совершенной конкуренции;
в) равный объему производства при совершенной конкуренции.

5. Цена единицы товара на рынке совершенной конкуренции:
а) ниже, чем на рынке монополистической конкуренции;
б) выше, чем на рынке монополистической конкуренции;
в) равна цене единицы товара на рынке монополистической конкуренции.

6. Группа фирм, действующих совместно и согласующих решения по поводу объемов выпуска продукции и цен так, как если бы они были единой монополией:
а) олигополия;
б) чистая монополия;
в) картель;
г) рыночная конъюнктура.

7. Как ведут себя фирмы, действующие на рынке олигополии, если барометрический ценовой лидер изменяет цену:
а) всегда поступают так же, как и барометрический ценовой лидер;
б) изменяют цену, только если это им выгодно;
в) никогда не «копируют» действия барометрического ценового лидера.

8. Если доминирующий лидер придерживается модели «Лидерство в установлении цен», то другие фирмы на рынке:
а) назначают ту же цену, которая установлена лидером, и работают при уровне выпуска, максимизирующем их прибыль при этой цене;
б) устанавливают цену, которая позволит им максимизировать прибыль при имеющемся уровне выпуска;
в) сокращают объем выпуска продукции и назначают цену существенно ниже, чем установленная доминирующим лидером.

9. Рынок, на котором единственная фирма осуществляет 100% продаж некоего продукта, не имеющего субститутов:
а) монополистическая конкуренция;
б) чистая монополия;
в) олигополия;
г) совершенная конкуренция.

10. Продажа по разным ценам одной и той же продукции, изготовленной одним производителем (с одинаковыми затратами), разным покупателям:
а) локальный монополизм;
б) монопсония;
в) картель;
г) ценовая дискриминация.

11. Ценовая дискриминация не достигнет ожидаемых результатов, если:
а) фирма обладает некоторой монопольной властью;
б) покупатели или продавцы легко идентифицируемы;
в) товар или услуга, в отношении которых осуществляется ценовая дискриминация, не может перепродаваться покупателями одного рынка покупателям другого;
г) фирма функционирует на рынке совершенной конкуренции.

12. К основным необходимым признакам монополизации рынка не относится:
а) концентрация очень большой доли рынка в руках одной фирмы;
б) переплетение ведущей фирмы с конкурентами;
в) преднамеренное сокращение объемов производства (реализации) продукции.

13. Значение индекса концентрации менее 45% и индекса Герфиндаля-Гиршмана менее 1000 характерно для:
а) низкоконцентрированного рынка;
б) умеренноконцентрированного рынка;
в) высококонцентрированного рынка.

Тема 5. Ценность товара как фактор формирования его цены.

1. Система стандартных принципов и правил формирования цен на товары и услуги фирмы при осуществлении типовых хозяйственных операций:
а) ценовая политика;

б) ценовая стратегия;
в) тактика ценообразования;
г) система модификации цен.

2. К целям ценовой политики предприятия не относят:
а) обеспечение сбыта;
б) максимизация прибыли;
в) повышение производительности труда;
г) увеличение рыночной доли.

3. Система модификации цен не включает:
а) систему скидок;
б) систему наценок;
в) ценовую дискриминацию;
г) обоснование метода ценообразования.

4. При установлении цены «паритета» фирма ориентируется:
а) на покупателей с низким уровнем дохода;
б) на покупателей с высоким уровнем дохода;
в) на рынок в целом (на всех покупателей).

5. Резкое падение цены характерно для следующей стадии жизненного цикла товара:
а) внедрение;
б) рост;
в) зрелость;
г) спад.

6. Аппарат быстрого реагирования на изменение условий рынка:
а) экономическая стратегия фирмы;
б) ценовая политика;
в) стратегия ценообразования;
г) тактика ценообразования.

7. Установление низких цен на отдельные продукты для того, чтобы создать впечатление дешевизны всей гаммы продукции определенной марки:
а) тактика компенсационного ценообразования;
б) тактика «приманки»;
в) тактика «отвлечения»;
г) тактика «выравнивания» цен.

8. Скидка может не стимулировать покупку, а напротив - препятствовать ей при продаже:
а) «престижных» товаров;
б) фруктов;
в) модной одежды;
г) мебели.

9. Функциональная скидка:
а) связана с продвижением товаров по каналам распространения;
б) предоставляется покупателям, которые относятся к категории «престижных», что позволяет использовать факт покупки ими данного товара для его рекламы;
в) предоставляется производителем товара розничному торговцу для того, чтобы он мог организовать местную рекламу товара.

10. Обычно фирмы вынуждены использовать эту стратегию, если они действуют на рынке, где покупатели крайне чувствительны к уровню цены, а конкуренты жестко отвечают на любую попытку изменить сложившиеся пропорции продаж:
а) стратегия высоких цен;
б) стратегия средних цен;

в) стратегия низких цен.

Тема 6. Основы формирования ценовой стратегии.

1. Первым этапом разработки ценовой политики предприятия является:
а) анализ цен и товаров конкурентов;
б) определение целей ценообразования;
в) разработка системы модификации цен;
г) выработка ценовой стратегии.

2. Определение спроса на продукцию осуществляется:
а) на этапе анализа цен и товаров конкурентов;
б) на этапе постановки целей ценообразования;
в) на этапе разработки ценовой стратегии;
г) на этапе выбора метода ценообразования.

3. Цена «снятия сливок» может устанавливаться на стадии:
а) роста;
б) зрелости;
в) спада.

4. Ситуация насыщения рынка продуктом характерна для стадии:
а) внедрения;
б) роста;
в) зрелости;
г) спада.

5. При выведении на рынок подлинной новинки фирма:
а) может устанавливать только цену «снятия сливок»;
б) может устанавливать только цену «внедрения на рынок»;
в) может устанавливать как цену «снятия сливок» так и цену «внедрения на рынок».

6. Установление при низких ценах на основные товары завышенных цен на дополняющие товары:
а) тактика компенсационного ценообразования;
б) тактика «приманки»;
в) тактика «отвлечения»;
г) тактика «выравнивания» цен.

7. Покупатель может получить подарок при приобретении определенного вида товара или покупке на «определенную сумму», если фирма использует следующую тактику:
а) тактика «премии»;
б) тактика «финансирования»;
в) тактика «отвлечения»;
г) тактика «выравнивания» цен.

8. Скидка является приемом:
а) стратегии ценообразования;
б) метода ценообразования;
в) тактического ценообразования.

9. Если фирма уверена, что имеется круг покупателей, которые предъявят спрос на дорогой товар, она может использовать стратегию:
а) ценового прорыва;
б) нейтрального ценообразования;
в) премиального ценообразования.

10. Предприятие, столкнувшееся с необходимостью самому менять цены, вне зависимости от действий других участников рынка, начинает действовать в рамках:
а) стратегии психологических цен;
б) стратегии ценового прорыва;
в) стратегии инициативного изменения цены.

Ключ к тестовым заданиям

Вариант 1		***Вариант 2***		***Вариант 3***		***Вариант 4***		***Вариант 5***	
№ вопроса	ОТВЕТ	№ вопроса	ОТВЕТ	№ вопроса	ОТВЕТ	№ вопроса	ОТВЕТ	№ вопроса	ОТВЕТ
1	б	1	в	1	а	1	а	1	а
2	в	2	б	2	в	2	а	2	в
3	б	3	а	3	б	3	в	3	г
4	б	4	а	4	б	4	а	4	в
5	а	5	а	5	б	5	а	5	г
6	г	6	б	6	в	6	в	6	г
7	б	7	в	7	а	7	б	7	в
8	г	8	а	8	в	8	а	8	а
9	в	9	г	9	в	9	б	9	а
10	а	10	в	10	а	10	г	10	б
				11	в	11	г		
				12	в	12	в		
				13	г	13	а		
Вариант 6									
№ вопроса	ОТВЕТ								
1	б								
2	б								
3	а								
4	в								
5	в								
6	а								
7	а								
8	в								
9	в								
10	в								

Задачи 1

Задача 1. Определите структуру отпускной цены с НДС, если известно: производственная себестоимость единицы продукции равна 200 руб., коммерческие расходы – 10% от производственной себестоимости, рентабельность продукции - 35%, акциз – 30%, НДС – 18%.

Решение:

Структура цены характеризуется удельным весом каждого из ее элементов (в %). На схеме элементы, входящие в состав отпускной цены предприятия с НДС, выделены серым цветом – себестоимость (полная), прибыль, акциз, НДС.

Себестоимость	Прибыль	Акциз	НДС
Оптовая цена предприятия			
Отпускная цена предприятия без НДС			
Отпускная цена предприятия с НДС			

Полная себестоимость = Производственная себестоимость + Коммерческие расходы.
Коммерческие расходы = 200 * 10 / 100 = 20 руб.
Полная себестоимость = 200 + 20 = 220 руб.
Прибыль = Полная себестоимость * Рентабельность продукции / 100.
Прибыль = 220 * 35 / 100 = 77 руб.
Оптовая цена предприятия = 220 + 77 = 297 руб.
Акциз = 297 * 30 /100 = 89,10 руб.
Отпускная цена предприятия без НДС = 297 + 89,10 = 386,10 руб.
НДС = 386,10 * 18 / 100 = 69,50 руб.
Отпускная цена предприятия с НДС = 386,10 + 69,50 = 455,60 руб.

Удельный вес каждого элемента цены определяется делением значения этого элемента на значение, принимаемое за 100%, и умножением полученной величины на 100.

Таблица 2 – Состав и структура отпускной цены с НДС

Элементы цены	Значение, руб.	Удельный вес, %
Себестоимость	220,00	48
Прибыль	77,00	17
Акциз	89,10	20
НДС	69,50	15
Отпускная цена с НДС	**455,60**	**100**

Задача 2. Определите структуру отпускной цены с НДС, если известно: полная себестоимость единицы продукции – 450 руб.; отпускная цена с НДС - 800 руб.; НДС – 18%, акциз – 30%.

Решение:

Структура цены характеризуется удельным весом каждого из ее элементов (в %). На схеме элементы, входящие в состав отпускной цены предприятия с НДС, выделены серым цветом – себестоимость (полная), прибыль, акциз, НДС.

Себестоимость	Прибыль	Акциз	НДС
Оптовая цена предприятия			
Отпускная цена предприятия без НДС			
Отпускная цена предприятия с НДС			

Отпускная цена предприятия без НДС = 800 / 1,18 = 677,97 руб.
НДС = 800 – 677,97 = 122,03 руб.
Оптовая цена предприятия = 677,97 / 1,3 = 521,52 руб.
Акциз = 677,97 - 521,52 = 156,45 руб.
Прибыль = 521,52 – 450 = 71,52 руб.

Удельный вес каждого элемента цены определяется делением значения этого элемента на значение, принимаемое за 100%, и умножением полученной величины на 100.

Таблица 3 – Состав и структура отпускной цены с НДС

Элементы цены	Значение, руб.	Удельный вес, %
Себестоимость	450,00	56
Прибыль	71,52	9
Акциз	156,45	20
НДС	122,03	15
Отпускная цена с НДС	**800,00**	**100**

Задача 3.



Рассчитайте оптовую цену отрасли с НДС, при условии, что полная себестоимость единицы продукции 120 руб., рентабельность продукции – 30%, НДС – 18%, оптовая надбавка – 15% от оптовой цены предприятия. Производитель и организация оптовой торговли являются плательщиками НДС.

Решение:

Оптовая цена отрасли с НДС, в соответствии с условием задачи, будет складываться из элементов, выделенных на схеме серым цветом – себестоимости, прибыли, НДС производителя и оптовой организации, оптовой надбавки.

Прибыль = 120 * 30 / 100 = 36 руб.

Оптовая цена предприятия = 120 + 36 = 156 руб.

НДС, начисляемый производителем = 156 * 18 /100 = 28,08 руб.

Оптовая надбавка = 156 * 15 /100 = 23,40 руб.

НДС оптовой организации = 23,40 * 18 / 100 = 4,21 руб.

Оптовая цена отрасли с НДС:
156 + 28,08 + 23,4024, + 4,21 = 211,69 руб.

Задачи 2

Задача 1. Рассчитайте максимально возможный процент торговой надбавки и процент торговой скидки, если отпускная цена единицы продукции равна 500 руб., а розничная цена - 600 руб. Данный товар не облагается НДС.

Решение:

Если товар от производителя напрямую (без оптовых посредников) поступает в организацию розничной торговли, то:

Розничная цена = Отпускная цена + Торговая надбавка.

Торговая надбавка в абсолютном выражении (в рублях) является той максимальной величиной, которую розничный продавец может вычесть из розничной цены, предоставляя торговую скидку. Следовательно, торговая скида и торговая надбавка в абсолютном выражении равны.

% торговой надбавки = Торговая надбавка / Отпускная цена * 100;
% торговой скидки = Торговая скидка / Розничная цена % 100.
Торговая надбавка (скидка) = 600 – 500 = 100 руб.
% торговой надбавки = 100 / 500 * 100 = 20%.
% торговой скидки = 100 / 600 * 100 = 17%.

Ответ: торговая надбавка – 20%; торговая скидка – 17%.

Задача 2. Определите экономическую целесообразность посреднической деятельности, если отпускная цена предприятия составляет 50 руб.; издержки обращения посредника - 10 руб.; минимальная приемлемая для посредника рентабельность – 20% (рассчитано по издержкам обращения без учета стоимости покупаемого товара); ставка НДС, уплачиваемого посредником – 18%; максимально возможная цена реализации – 65 руб.?

Решение:

Для ответа на этот вопрос следует максимально возможную цену реализации сравнить с расчетной ценой посредника, которая позволит ему возместить затраты на покупку товара у производителя, издержки обращения и косвенные налоги (НДС) и получить планируемую прибыль.

Прибыль посредника = 10 * 20 / 100 = 2 руб.
Сумма оптовой надбавки без НДС = 10 + 2 = 12 руб.

Сумма оптовой надбавки с НДС = 12 * 1,18 = 14,16 руб.
Цена оптового посредника (расчетная) = 50 + 14,16 = 64,16 руб.
64,16 руб. < 65 руб.

Ответ: посреднической деятельность заниматься экономически целесообразно (выгодно), так как максимально возможная цена реализации превышает расчетную цену оптового посредника.

Задача 3. Посредник рассматривает предложение о покупке 10 тыс. изделий по отпускной цене 7,4 тыс. руб. за единицу. Издержки обращения посредника согласно расчету составят 7 млн. руб., приемлемая для посредника рентабельность – 30% к издержкам обращения (без учета стоимости покупаемого товара).

Рассчитайте минимально необходимый для посредника размер оптовой надбавки (в %), и определите, какой может быть минимальная приемлемая цена реализации для посредника, учитывая, что надбавка облагается НДС по ставке 18%.

Решение:

Так как рентабельность посредника определяется в процентах к его издержкам обращения, суммарная прибыль посредника составит:

7 * 30 / 100 = 2,1 млн. руб.
Оптовая надбавка посредника без НДС = 7 + 2,1 = 9,1 млн. руб.
Оптовая надбавка с НДС: 9,1 * 1,18 = 10,73 млн. руб.
Расходы посредника на покупку товара в размере 10000 шт.:
7,4 * 10000 = 74 млн. руб.
Оптовая надбавка (в процентах) = 9,1 / 74 *100 = 12%.
Минимальная приемлемая цена реализации 1 изделия для посредника:
(74 млн. руб. + 10,73 млн. руб.) / 10000 шт. = 8473 руб.

Ответ: оптовая надбавка - 12%, минимальная приемлемая цена реализации 1 изделия – 8473 руб.

Задача 4. Определите рентабельность продукции и рентабельность продаж, если известно: розничная цена товара – 800 руб.; торговая надбавка – 27%; оптовая надбавка – 14%; НДС – 10%; полная себестоимость 1 изделия – 434 руб. Производитель является плательщиком НДС, организации оптовой и розничной торговли – не являются.

Решение:

Рентабельность продукции = Прибыль от продаж / Полная себестоимость *100.
Рентабельность продаж = Прибыль от продаж / Выручка (Цена).

Оптовая цена = 800 / 1,27 / 1,14 / 1,1 = 502,33 руб.
Прибыль = 502,33 – 434 = 68,33 руб.
Рентабельность продукции = 68,33 / 434* 100 = 16%.
Рентабельность продаж = 68,33 / 502,33 * 100 = 14%.

Ответ: рентабельность продукции – 16%; рентабельность продаж – 14%.

Задача 5. Определите рентабельность продукции и валовой доход предприятия, если известно: рыночная цена на товар предприятия составляет 1000 руб., объем товарной продукции – 500 шт., полная себестоимость единицы товара – 800 руб., в т. ч. затраты на оплату труда – 450 руб.

Решение:

Рентабельность продукции = Прибыль от продаж / Полная себестоимость *100.

Прибыль (в расчете на ед. продукции) = 1000 – 800 = 200 руб.
Рентабельность продукции = 200 / 800 * 100 = 25%.

Валовой доход предприятия = Валовой доход в расчете на единицу продукции * Объем товарной продукции.
Валовой доход = Чистый доход + Затраты на оплату труда.

Принимаем прибыль равной чистому доходу.
Чистый доход (в расчете на единицу продукции) = 200 руб.
Валовой доход (в расчете на ед. продукции) = 200 + 450 = 650 руб.
Валовой доход предприятия = 650 * 500 = 325 000 руб.

Ответ: рентабельность продукции – 25%; валовой доход предприятия – 325 тыс. руб.

Задачи 3

Задача 1. Определите отпускную цену 1 изделия с НДС, используя затратный метод ценообразования *по полной себестоимости*, если известно, что организация производит 80 тыс. изделий. Установленный норматив рентабельности - 30%, ставка НДС – 18%. Общие затраты организации:

- материальные затраты – 35 250 тыс. руб.;
- зарплата основных производственных рабочих – 15 100 тыс. руб.;
- отчисления на социальные нужды – 30,2%;
- расходы по содержанию и эксплуатации оборудования – 8% от заработной платы основных производственных рабочих;
- общезаводские расходы – 10% от заработной платы основных производственных рабочих;
- коммерческие расходы – 5% от производственной себестоимости.

Решение:

Производственная себестоимость всего объема продукции:
35 250 + 15 100 + 15 100 * 0,302 + 15 100 * 0,08 + 15 100 * 0,1 =
= 57 628,2 тыс. руб.
Полная себестоимость продукции: 57 628,2 * 1,05 = 60509,61 тыс. руб.
Полная себестоимость ед. продукции: 60509,61 / 80 = 756,37 руб.
Оптовая цена: 756,37 * 1,3 = 983,28 руб.
Отпускная цена с НДС: 983,28 * 1,18 = 1160,27 руб.

Ответ: отпускная цена 1 изделия – 1160,27 руб.

Задача 2. Объем производства и реализации продукции – 5000 изделий в год. Цена 1 изделия равна 120 руб. Общие переменные затраты – 400 тыс. руб. Общие постоянные затраты – 100 тыс. руб. Организация планирует увеличить объем производства и реализации продукции на 10%. Определите, по какой цене следует продавать изделия из

дополнительного объема, затратным методом *по переменным издержкам*, если организация планирует увеличить общий объем прибыли на 15%.

Решение:

Прибыль фактическая: 5000 * 0,120 – (400 + 100) = 100 тыс. руб.
Прирост прибыли: 100 * 0,15 = 15 тыс. руб.
Дополнительный объем производства: 5000 * 0,1 = 500 изд.
Удельные переменные затраты: 400 000 / 5 000 = 80 руб.
Цена 1 изделия из дополнительного объема:
15 000 / 500 + 80 = 110 руб.

Ответ: цена 1 изделия – 110 руб.

Задача 3. Организация продает продукцию трем покупателям (юридическим лицам). Объем производства и реализации продукции – 400 шт., в том числе первому покупателю – 100 шт., второму – 90 шт., третьему – 210 шт. Общие постоянные затраты (явные) – 200 тыс. руб. Общие переменные затраты (явные) – 950 тыс. руб. Неявные издержки – 85 тыс. руб. Норматив рентабельности – 20%.

Цена для первого покупателя рассчитывается затратным методом по полной себестоимости.

Цена для второго покупателя рассчитывается затратным методом по сокращенной себестоимости. Планируемая сумма прибыли – 30 тыс. руб.

Цена для третьего покупателя рассчитывается затратным методом с учетом неявных издержек.

Определите цену реализации единицы продукции по каждому покупателю.

Решение:

Цена для первого покупателя:
(200 000 + 950 000) / 400 * 1,2 = 3 450 руб.
Цена для второго покупателя:
950 000 / 400 + 30 000 / 90 = 2708,33 руб.
Цена для третьего покупателя:
[(200 000 + 950 000) / 400 + 85 000 / 210] * 1,2 = 3 935,71 руб.

Задача 4. Индивидуальный предприниматель (ИП) производит 1000 единиц товара за год. За такую же работу он мог бы получить в другой фирме 300 тыс. руб. Его жена работает у него, но за такую же работу в другом месте она могла бы получать 100 тыс. руб. ИП должен вернуть банку кредит 500 тыс. руб., взятый под основной капитал. От вложений своего капитала в другое предприятие он мог бы получить 10% дохода. ИП выплатил наемному работнику 400 тыс. руб. Плата за кредит составила 100 тыс. руб. Первоначальная стоимость основного капитала была 1000 тыс. руб., сейчас – 800 тыс. руб. Норма амортизации – 20%, затраты на отопление, освещение, ремонт – 90 тыс. руб. Приемлемая рентабельность продукции – 32%.

Определите цену затратным методом:
1) с учетом бухгалтерских издержек;
2) с учетом экономических издержек.

Решение:

Цена с учетом бухгалтерских издержек:
[(400+100+1000 * 0,2 +90) * 1,32] / 1000 = 1042,80 руб.

Цена с учетом экономических издержек:

[(400+100+1000 * 0,2 +90 + 300 + 100 + ***30***) * 1,32] / 1000 = 1610,40 руб.
Отметим, что 10% дохода мог бы приносить фактически имеющийся капитал:
(800 – 500) * 0,1 = ***30*** тыс. руб.

Темы рефератов

1. Методы ценообразования. Договорное ценообразование по принципу «средние издержки плюс прибыль»
2. Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли
3. Установление цены на основе ощущаемой ценности товара
4. Расчет цены на основе прейскурантов цен. Определение цены посредством конкурентных торгов
5. Психологические факторы ценообразования
6. Реакции участников рынка на изменение цен
7. Риск в определении цен. Основные методы снижения риска
8. Страхование цен
9. Инфляция и цены
10. Скидки с цен. Виды скидок.
11. Затратное ценообразование
12. Ценностное ценообразование
13. Чувствительность покупателей к уровню цен
14. Цены и финансы
15. Цены и кредитные отношения
16. Налогооблажение и цены
17. Государственное регулирование цен
18. Косвенное государственное регулирование цен
19. Ценообразование на рынке транспортных услуг
20. Железнодорожные транспортные тарифы
21. Тарифы водного транспорта
22. Тарифы автомобильного транспорта
23. Ценообразование на бытовые услуги
24. Тарифы на услуги связи
25. Ценообразование и регулирование в развитых странах:
    1) Ценообразование и регулирование цен США
    2) Ценообразование и регулирование цен Франции
    3) Ценообразование и регулирование цен Швеции
    4) Ценообразование и регулирование цен Дании
    5) Ценообразование и регулирование цен Норвегии
    6) Ценообразование и регулирование цен Австрии
    7) Ценообразование и регулирование цен Швейцарии
    8) Ценообразование и регулирование цен Японии
    9) Ценообразование и регулирование цен Китая
    10) Ценообразование и регулирование цен Австралии
26. Пути использования зарубежного опыта ценообразования в РФ.

Вопросы для контроля самостоятельной работы:

1. Концепция спроса и практика бизнеса.
2. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
3. Экономическая логика затратного ценообразования.
4. Модель затратного ценообразования.
5. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
6. Расчет цен на основе наценок.
7. Ценообразование с ориентацией на целевую рентабельность инвестиций.

8. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок рынка.
9. Классификация издержек для целей ценообразования.
10. Обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам.
11. Затратное ценообразование на основе кривой обучения.
12. Альтернативные и предотвратимые издержки и их роль в обосновании цен.
13. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
14. Определение относительного выигрыша в результате управления ценами.
15. Финансовый анализ и маркетинговый план проблемы согласования.
16. Анализ условий безубыточности при изменениях цен.
17. Анализ условий безубыточности изменений цен при непостоянстве затрат.
18. Ценность товара и влияющие на нее факторы.
19. Процедура определения экономической ценности товара.
20. Этапы разработки ценовой стратегии.
21. Выбор типа ценовой стратегии.
22. Стратегия премиального ценообразования.
23. Стратегия ценового прорыва.
24. Нейтральная стратегия ценообразования.

4.3 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

4.3.1 Формируемые компетенции

Фонд оценочных средств по дисциплине утвержден и хранится на выпускающей кафедре.

Таблица 5

Формируемые компетенции

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетен-ций	Наименование этапа компетенции
ПК-24	Способность оценивать эффективность формирования и использования государственных и муниципальных финансовых ресурсов, выявлять и пресекать нарушения в сфере государственных и муниципальных финансов	ПК - 24.6	Способность применять инструменты и методы ценообразования для управления государственными и муниципальными финансовыми ресурсами
ПК-36	Способность составлять прогнозы динамики основных экономических показателей деятельности хозяйствующих субъектов	ПК - 36.4	Способностью использовать полученную в ходе анализа информацию для планирования и вариантного прогнозирования деятельности хозяйствующего субъекта

Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа формирования установлены паспортами компетенций ОП ВО по направлению подготовки 38.05.01 «Экономическая безопасность» (приложение 1.2)

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы к зачету

1. Концепция спроса и практика бизнеса.

2. Цели фирмы и их отражение в политике ценообразования.
3. Экономическая логика затратного ценообразования.
4. Модель затратного ценообразования.
5. Расчет цен на основе нормативов рентабельности.
6. Расчет цен на основе наценок.
7. Ценообразование с ориентацией на целевую рентабельность инвестиций.
8. Расчет цен на основе торговых скидок и надбавок рынка.
9. Классификация издержек для целей ценообразования.
10. Обоснование минимального норматива рентабельности к издержкам.
11. Затратное ценообразование на основе кривой обучения.
12. Альтернативные и предотвратимые издержки и их роль в обосновании цен.
13. Изменение логики анализа финансовой отчетности для нужд ценообразования.
14. Определение относительного выигрыша в результате управления ценами.
15. Финансовый анализ и маркетинговый план проблемы согласования.
16. Анализ условий безубыточности при изменениях цен.
17. Анализ условий безубыточности изменений цен при непостоянстве затрат.
18. Ценность товара и влияющие на нее факторы.
19. Процедура определения экономической ценности товара.
20. Этапы разработки ценовой стратегии.
21. Выбор типа ценовой стратегии.
22. Стратегия премиального ценообразования.

Типовые тестовые задания для промежуточного контроля

1. Первым этапом разработки ценовой политики предприятия является:
а) анализ цен и товаров конкурентов;
б) определение целей ценообразования;
в) разработка системы модификации цен;
г) выработка ценовой стратегии.

2. Определение спроса на продукцию осуществляется:
а) на этапе анализа цен и товаров конкурентов;
б) на этапе постановки целей ценообразования;
в) на этапе разработки ценовой стратегии;
г) на этапе выбора метода ценообразования.

3. Цена «снятия сливок» может устанавливаться на стадии:
а) роста;
б) зрелости;
в) спада.

4. Ситуация насыщения рынка продуктом характерна для стадии:
а) внедрения;
б) роста;
в) зрелости;
г) спада.

5. При выведении на рынок подлинной новинки фирма:
а) может устанавливать только цену «снятия сливок»;
б) может устанавливать только цену «внедрения на рынок»;
в) может устанавливать как цену «снятия сливок» так и цену «внедрения на рынок».

6. Установление при низких ценах на основные товары завышенных цен на дополняющие товары:
а) тактика компенсационного ценообразования;
б) тактика «приманки»;
в) тактика «отвлечения»;

г) тактика «выравнивания» цен.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета в устной форме по вопросам.

Шкала оценивания: зачтено/незачтено.

Таблица 6

Показатели, критерии и оценивание компетенций по этапам их формирования

Наименование темы	**Код компетенции**	**Критерии оценивания**	**Оценка**
Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме	ПК-24 ПК-36	Ответ студента полностью соответствует заданной теме (в ответах допустил незначительные ошибки) / не ответил на вопросы	Зачтено/ незачтено
Затратное ценообразование экономические основы	ПК-24 ПК-36	Ответ студента полностью соответствует заданной теме (в ответах допустил незначительные ошибки) / не ответил на вопросы	
Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования	ПК-24 ПК-36	Ответ студента полностью соответствует заданной теме (в ответах допустил незначительные ошибки) / не ответил на вопросы	
Анализ экономической приемлемости изменений цен: простейшие приемы	ПК-24 ПК-36	Ответ студента полностью соответствует заданной теме (в ответах допустил незначительные ошибки) / не ответил на вопросы	
Ценность товара как фактор формирования его цены	ПК-24 ПК-36	Ответ студента полностью соответствует заданной теме (в ответах допустил незначительные ошибки) / не ответил на вопросы	
Основы формирования ценовой стратегии	ПК-24 ПК-36	Ответ студента полностью соответствует заданной теме (в ответах допустил незначительные ошибки) / не ответил на вопросы	

4.4. Методические материалы

Изучение дисциплины завершается зачетом, который проводится по всему её содержанию в устной форме.

В самом начале учебного курса желательно ознакомиться со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний, умений и навыков, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами лекций и практических занятий;
- контрольными мероприятиями;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;

– перечнем примерных тестовых заданий к зачету.
– перечнем примерных задач.

Обучение по дисциплине «Цены и ценообразование» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекционные, практические), а также в ходе самостоятельной работы студентов. При изучении дисциплины рекомендуется пользоваться контрольными вопросами к каждой теме, программой курса, рекомендуемой основной и дополнительной литературой.

В процессе подготовки к практическим занятиям студентам предлагается выполнить следующие домашние задания:

- ознакомиться с вопросами к теме, рассматриваемой на лекции, практическом занятии, и подготовить ответы на них;
- выполнить тестовые задания по теме.
- решить задачи по теме.

Непосредственная подготовка к зачету осуществляется в форме устного опроса, тестирования и решения задач по представленным в данной рабочей программе темам.

5. **Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Обучение по дисциплине «Цены и ценообразование» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия дисциплины «Цены и ценообразование» предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций с проведением контрольных мероприятий.

С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку:

–знакомит с новым учебным материалом;
–разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
–систематизирует учебный материал;
–ориентирует в учебном процессе.

Подготовка к лекции заключается в следующем:

–внимательно прочитайте материал предыдущей лекции;
–узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора);
–ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
–постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке;
–запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Подготовка к практическим занятиям:

–внимательно прочитайте материал лекций, относящихся к данному практическому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
–выпишите основные термины;
–ответьте на контрольные вопросы по семинарским занятиям, готовьтесь дать развернутый ответ на каждый из вопросов;
–уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до практического занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
–готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

–рабочая программа дисциплины в части целей, перечню знаний, умений, терминов и учебных вопросов может быть использована вами в качестве ориентира в организации обучения.

Подготовка к зачету.

К зачету необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не слишком удовлетворительные результаты. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

–программой дисциплины;

–перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;

–тематическими планами лекций, практических занятий;

–контрольными мероприятиями;

–учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;

–перечнем вопросов к зачету.

После этого у студентов должно сформироваться четкое представление об объеме и характере знаний и умений, которыми надо будет овладеть по дисциплине.

Систематическое выполнение учебной работы на лекциях и практических занятиях позволит успешно освоить дисциплину и создать хорошую базу для сдачи зачета.

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

6.1. Основная литература

Таблица 7

Основная литература

№	Библиографическая запись	Сведения о наличии в библиотеке	
		Печатная форма (кол-во в библиотеке)	Ссылка на ЭБС
1	Лев М.Ю. Цены и ценообразование – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015.	-	http://www.iprbookshop.ru/34969
2	Касьяненко Т.Г. Цены и ценообразование – М.: Юрайт, 2018г.	-	https://biblio-online.ru/viewer/13FC99FF-8193-438A-B891-046CF932962A/cenoobrazovanie#/
3	Липсиц И. В. Цены и ценообразование – М.: Юрайт, 2018г.	-	https://biblio-online.ru/viewer/5F51171F-A152-475C-8532-4A4AD2ECE3B2/cenoobrazovanie#/

6.2. Дополнительная литература

Таблица 8

Дополнительная литература

№	Библиографическая запись	Сведения о наличии в библиотеке	
		Печатная форма (кол-во в библиотеке)	Ссылка на ЭБС
1	В.Е. Есипов Цены и ценообразование: Электронный учебник: Учебник – М.: КНОРУС, 2010	4	
2	Герасименко В.В. Ценообразование: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2008.	10	
3	Беляева И.Ю., Панина О.В., Головинский В.В., Авдиенко О.Б. Ценообразование: Учебное пособие. - М.: КНОРУС, 2005.	5	

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Репичев А.И., Тугачева Л.В. Цены и ценообразование: учебно-методическое пособие для практических занятий. – Орёл: Издательство Среднерусского института управления – филиала РАНХ и ГС, 2017.- 64 с.

6.4. Нормативные правовые документы

1. Гражданский кодекс РФ. Часть I. (статьи 48-122). Принят Государственной Думой 21 октября 1994 г. (с изменениями и дополнениями) URL: consultant.ru.
2. Федеральный закон Российской Федерации от 26 июля 2006 г. №135-ФЗ «О защите конкуренции» URL: consultant.ru.
3. Федеральный закон «Об акционерных обществах» от 26.12.1995 №208-ФЗ (с изменениями и дополнениями) URL: consultant.ru.
4. Федеральный закон от 12.01.1996 N 7-ФЗ (ред. от 02.06.2016, с изм. от 03.07.2016) "О некоммерческих организациях" // "Российская газета", N 14, 24.01.1996.
5. Федеральный закон от 14.11.2002 N 161-ФЗ (ред. от 23.05.2016) "О государственных и муниципальных унитарных предприятиях" // "Российская газета", N 229, 03.12.2002.

6.5. Интернет-ресурсы

1. Официальный портал СИУ РАНХиГС. URL: orel.ranepa.ru.
2. Официальный портал Министерства экономического развития и торговли РФ: http://www.economy.gov.ru
3. Официальный портал Правительства РФ: http://www.government.gov.ru

6.6. Иные источники

1. Кашин В.А., Чукарин Д.К. Трансфертное ценообразование в РФ: проблемы регулирования и альтернативные варианты налогового контроля // Финансы. 2015. № 9. С. 18-22.
2. Сундикова Ю.А., Мурычёва О.В., Демцура С.С. Ценообразование в экономике малого бизнеса России // Новая наука: Стратегии и векторы развития. 2016. № 1-2 (58). С. 5-7.
3. Халимов Л.М. Стратегическое ценообразование как составная часть банковской стратегии // Вестник Таджикского национального университета. Серия социально-экономических и общественных наук. 2014. № 4-9 (151). С. 262-266.

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

Таблица 9

Материально-техническая база

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	**Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы**	**Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа**
Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 302001, Орловская область, г.Орёл, ул. Панчука, д.1, Литер А1	Столы ученические, стулья, аудиторная доска трехстворчатая меловая, видеопроектор acer m342, экран с эл. приводом Screen Media Champion 229x305.	ГК 035410000801-4000043-0010007- 43-0010007-01 от 30.01.2015
Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, лабораторных занятий, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 302001, Орловская область, г.Орёл, ул. Панчука, д.1, Литер А1	Столы, стулья, кафедра настольная, аудиторная доска меловая, трехстворчатая, шкаф металлический, двухстворчатый Ноутбуки Lenovo g505 в составе: Процессор AMD E1-2100 APU 1GHz, ОЗУ 4 Gb, Жесткий диск 500Gb, ОС windows 8.1. Лицензии на програмное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 Professional - OPEN License № 62760494 от 03.12.2013 Office Std 2013 - OPEN License №62760467 от 03.12.2013 Office Professional Plus 2007 - OPEN License №47729487 от 25.11.2010 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows - Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 2 year Educational Renewal License до 03.01.2018, лицензии GNU LGPL license	ГК 030-0010007-01 от 20.12.2014

Компьютерный класс (аудитория для выполнения самостоятельной работы) /Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации 302001, Орловская область, г.Орёл, ул. Панчука, д.1, Литер А1	Столы компьютерные, столы ученические, стулья для компьютеров, стулья, кафедра настольная, аудиторная доска трехстворчатая меловая. компьютеры в составе: системный блок: процессор AMD A4-6300 3.7 GHz, ОЗУ 8Gb, жесткий диск 500Gb, монитор ViewSonic VA2261-2, ОС windows 8.1 ОС windows 8.1 профессиональная. Лицензии на програмное обеспечение: Microsoft Windows 8.1 Professional - OPEN License № 62760494 от 03.12.2013 Office Professional Plus 2007 - OPEN License №47729487 от 25.11.2010 Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows - Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 250-499 Node 2 year Educational Renewal License до 03.01.2018, лицензии GNU LGPL license	ГК 0354100008016000010-0010007- 01 от 22.08.2016.
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования.	

Таблица 10

Перечень программного обеспечения, необходимого для реализации дисциплины

Наименование программного обеспечения	**Назначение и тип лицензии программного обеспечения**
ИПС «КонсультантПлюс» URL: http://www.consultant.ru/	Информационно-поисковая система, позволяющая работать с нормативно-правовыми актами, учебной и научной литературой. Лицензионная версия
7-Zip	Архиватор с высокой степенью сжатия Свободная лицензия
Adobe reader – Russian	Просмотр, печать и внесение аннотаций в документы PDF. Свободная лицензия
Adobe Acrobat Reader DC– Russian	Чтение, печать и рецензирование файлов PDF. Свободная лицензия
AgroUML 0.34	Средство UML моделирования. ArgoUML является открытым программным обеспечением и распространяется под лицензией EPL.
AnyLogic 7.3.5 Personnel Learning edition	программное обеспечение для имитационного моделирования. Any Logic доступен бесплатно для обучения студентов и самообразования. Свободная лицензия

Deductor Academic	Deductor — платформа для создания законченных аналитических решений. В платформу встроены современные методы извлечения, визуализации данных и анализа данных. Свободная лицензия
DIA	Свободный кросс платформенный редактор диаграмм, часть GNOME Office. Свободная лицензия
Expert Decide (собственная разработка)	Система авторами отнесена к классу систем поддержки принятия решений (СППР) и. Свободная лицензия
Google Chrome	Браузер Свободная лицензия
Java	Представляет собой язык программирования и платформу вычислений Свободная лицензия
Microsoft SQL Server 2008 Express	Является бесплатным выпуском SQL Server и представляет собой платформу данных для обучения и создания небольших серверных приложений, которые могут распространяться независимыми поставщиками программного обеспечения. Свободная лицензия
Microsoft Visual C++ 2005 redistributable Microsoft Visual C++ 2008 redistributable - x64 9.0.30729.6161 Microsoft Visual C++ 2008 redistributable - x64 9.0.60729.4148 Microsoft Visual C++ 2008 redistributable – x86 9.0.30729 Microsoft Visual C++ 2008 redistributable – x86 9.0.30729.4148 Microsoft Visual C++ 2008 redistributable – x86 9.0.30729.6161 MicrosoftVisualC++ 2008, экспресс-выпуск – пакет обновления 1(SP1) – Rus Microsoft Visual C++ 2010 x64 redistributable – 10.0.40219 Microsoft Visual C++ 2010 x86 redistributable – 10.0.40219 Microsoft Visual C++ 2010 x86 redistributable – 10.0.40219 Microsoft Visual C++ 2012 redistributable (x64) –	Интегрированная среда разработки приложений на языке C++. Свободная лицензия

11.0.51106 Microsoft Visual C++ 2013 redistributable (x64) – 12.0.30501	
Mozilla FireFox	Браузер. Свободная лицензия
MySQL Workbench 6.3 CE	Инструмент для визуального проектирования баз данных, интегрирующий проектирование, моделирование, создание и эксплуатацию БД в единое бесшовное окружение для системы баз данных MySQL. Версия Community Edition — распространяется по свободной лицензией GNU GPL.
NetBeans IDE 6.7.1	Свободная интегрированная среда разработки приложений (IDE) на языках программирования Java, Python, PHP, JavaScript, C, C++, Ада и ряда других Свободная лицензия
Opera	Браузер. Свободная лицензия
Oracle VM VirtualBox	Программный продукт виртуализации для операционных систем MicrosoftWindows, Linux, FreeBSD, Mac OS X, Solaris/OpenSolaris, ReactOS, DOS и других. Свободная лицензия
Ramus Educational	Может быть использован для создания диаграмм в формате IDEF0 и DFD. Ramus Education использует формат файлов полностью совместимый с форматом файла коммерческой версии Ramus. Свободная лицензия
Word Tabulator	Предназначена для анализа текстов в среде MS Windows. Свободная лицензия
Yandex Браузер	Браузер Свободная лицензия
Декларация 2009 Декларация 2011 Декларация 2012 Декларация 2013 Декларация 2014	Свободно распространяемая программа для автоматически формирования налоговых деклараций по формам 3-НДФЛ и 4-НДФЛ. Распространяется через сайт ФНС Свободная лицензия
Налогоплательщик ЮЛ	Программа предназначена для автоматизации процесса подготовки юридическими и физическими лицами документов налоговой и бухгалтерской отчётности, расчета страховых взносов, справок о доходах физических лиц (форма №2-НДФЛ), специальных деклараций (декларирование активов и счетов), документов по регистрации ККТ и других. Распространяется через сайт ФНС. Свободная лицензия
ТС-Обмен НП	Программа подготовки заявлений налогоплательщика при импорте товаров и уплате косвенных налогов в рамках соглашения о Таможенном союзе. Распространяется через сайт ФНС. Свободная лицензия
Apache Open Office	Свободный пакет офисных приложений. Свободная лицензия
SPSS Statistics 22 for Windows	Компьютерная программа для статистической обработки данных, предназначенных для проведения прикладных

	исследований в социальных науках. Лицензированная версия
Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows	Антивирус - Kaspersky Endpoint Security для бизнеса Стандартный Russian Edition. 250499 Node 2 year Educational Renewal License – лицензия до 2018-01-03 Лицензированная версия
Windows XP Professional Windows 7 Professional Windows 8 Pro Windows 8.1 Pro	Операционные системы. Лицензированная версия
WindowsServer 2003 R2 WindowsServer 2008 Std/Ent Windows Server Enterprise 2008 R2 Windows Server 2012 Essentials WindowsServer 2012 Standard	Серверные операционные системы. Лицензированная версия
Office Professional Plus 2007 (Access 2007, Communicator 2007, Excel 2007, InfoPath 2007, Outlook 2007, PowerPoint 2007, Publisher 2007, Word 2007) Office Professional Plus 2010 (Microsoft Excel 2010, Microsoft Outlook 2010, Microsoft PowerPoint 2010, Microsoft Word 2010, Microsoft Access 2010, Microsoft InfoPath 2010, Microsoft Communicator, Microsoft Publisher 2010, Microsoft OneNote 2010, Microsoft SharePoint Workspace 2010) Office Standard 2007 Word 2007, Excel 2007, PowerPoint 2007, Outlook 2007) Office Standard 2010 Word 2010, Excel 2010, PowerPoint 2010, OneNote 2010, Outlook 2010, Publisher 2010) Office Standard 2013 (Microsoft Office Word 2013, Microsoft Excel 2013,	Пакет офисных приложений. Лицензированная версия

Microsoft PowerPoint 2013, Microsoft OneNote 2013, Microsoft Publisher 2013, Microsoft Outlook 2013)	
“ДЕЛО-предприятие” под СУБД MS SQL Server	Система электронного документооборота (СЭД). Версия для учебных заведений
eDocLib под СУБД MS SQL Server	Web-ориентированная ECM система для управления бизнес-процессами. Версия для учебных заведений