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
Основание: я подтверждаю этот документ
Местоположение: Среднерусский институт управления - филиал РАНХиГС
Дата: 2021.02.03 13:42:23+03'00'

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

.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.08. ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ

Специальность 38.05.02 Таможенное дело
Специализация "Таможенные операции и таможенный контроль"
Квалификация: специалист таможенного дела
Форма обучения: очная
Год набора: 2020

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 6
3. Содержание и структура дисциплины 7
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине 8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 26
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине 31
6.1. Основная литература 31
6.2. Дополнительная литература 31
6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы 32
6.4. Нормативные правовые документы 32
6.5. Интернет-ресурсы 32
6.6. Иные источники 32
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы 33

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

1.1. Дисциплина «Ценообразование во внешней торговле» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ПК–6 – Способность применять методы определения таможенной стоимости и контролировать заявленную таможенную стоимость товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза.

ПК–7 – Владение навыками заполнения и контроля таможенной декларации, декларации таможенной стоимости и иных таможенных документов.

Таблица 1

Этапы освоения компетенций

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетен-ций	Наименование этапа компетенции
ПК-6	Способность применять методы определения таможенной стоимости и контролировать заявленную таможенную стоимость товаров, перемещаемых через таможенную границу Таможенного союза	ПК - 6.2	Способностью рассчитывать таможенную стоимость для оптимизации процессов управления перемещением товаров через границу и формирования эффективной таможенной политики
ПК-7	Владение навыками заполнения и контроля таможенной декларации, декларации таможенной стоимости и иных таможенных документов	ПК - 7.4	Способностью рассчитывать таможенную стоимость для оптимизации процессов управления перемещением товаров через границу и формирования эффективной таможенной политики

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

Таблица 2

Результаты освоения компетенций

ОТФ	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
определение и контроль таможенной стоимости товаров	ПК-6.2	сформированы знания: – функций и основных принципов рыночного ценообразования; сформированы умения: - рассчитывать отдельные элементы цены, обоснованно использовать методы ценообразования; сформированы навыки: - владения информационной базой, необходимой для обоснованного формирования и контроля цен.
определение и контроль таможенной стоимости товаров	ПК-7.4	сформированы знания: - видов таможенных платежей, порядка их взимания; сформированы умения: - рассчитывать таможенные платежи и их влияние на стоимость товара; сформированы навыки: - в области анализа изменения динамики, состава, структуры таможенных платежей; применения льгот по уплате пошлин.

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Таблица 3

Объем дисциплины

Вид учебных занятий и самостоятельной работы		Объем дисциплины, час.									
		Всего	Семестр								
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:		36							36			
Лекционного типа (Л)		18							18			
Лабораторные работы (ЛР)												
Практического типа (ПЗ)		18							18			
Контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР):												
Самостоятельная работа обучающихся (СР) (всего):		72							72			
Промежуточная аттестация	**Форма**	Зачет							Зачет			
	Час.											
Общая трудоемкость (час./з.е.)		108/3							108/3			

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.08 «Ценообразование во внешней торговле» изучается на четвертом курсе в седьмом семестре, общая трудоемкость дисциплины 3 з.е., относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин подготовки обучающихся по специальности 38.05.02 Таможенное дело.

Входные знания, умения и владения обучающегося необходимые при освоении данной дисциплины, приобретены в результате освоения предшествующих дисциплин: Б1.Б.10 «Экономика организаций», Б1.Б.27 «Экономическая теория».

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее: Б1.Б.34 «Управление рисками в таможенном деле», Б1.В.06 «Анализ и планирование хозяйственной деятельности».

Форма промежуточной аттестации: зачет.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 4

Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточ-ной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
1	Экономические основы эффективного управления ценообразованием в фирме	16	2		2		12	О1, Т1
2	Затратное ценообразование: экономические основы	18	4		2		12	О2, Т2
3	Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования	18	4		2		12	О3, Т3
4	Анализ экономической приемлемости изменений цен простейшие приемы	18	2		4		12	О4, Т4
5	Ценность товара как фактор формирования его цены	18	2		4		12	О5, Т5
6	Основы формирования ценовой стратегии	20	4		4		12	О6, Т6
Промежуточная аттестация		За						Зачет
Всего:		**108**	**18**		**18**		**72**	

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

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 «Ценообразование во внешней торговле» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа: устный опрос, тестирование.

– при проведении практических занятий: устный опрос, тестирование.

4.1.2. Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме с помощью перечня вопросов для зачета.

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

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.

Типовые задания ФОС текущей аттестации находятся на кафедре, за которой закреплена читаемая дисциплина.

4.3 Оценочные средства для проведения промежуточной аттестации

4.3.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Таблица 5

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетен-ций	Наименование этапа компетенции
ПК-6	Способность применять методы определения таможенной стоимости и контролировать заявленную таможенную стоимость товаров, перемещаемых через	ПК - 6.2	Способностью рассчитывать таможенную стоимость для оптимизации процессов управления перемещением товаров через границу и

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетен-ций	Наименование этапа компетенции
	таможенную границу Таможенного союза		формирования эффективной таможенной политики
ПК-7	Владение навыками заполнения и контроля таможенной декларации, декларации таможенной стоимости и иных таможенных документов	ПК - 7.4	Способностью рассчитывать таможенную стоимость для оптимизации процессов управления перемещением товаров через границу и формирования эффективной таможенной политики

Показатели и критерии оценивания компетенции с учетом этапа их формирования установлены паспортами компетенций образовательной программы (Приложение 1.2)

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы для подготовки 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.

Тестовые задания для промежуточного контроля

Вариант 1

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.

Вариант 2.

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.

Ответы на типовые тестовые задания

Вопросы	Вариант №1	Вариант №2
1	б	в
2	в	б
3	б	а
4.	б	а
5	а	а
6	г	б
7	б	в
8	г	а
9	в	г
10	а	в

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.

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

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета. 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-6 ПК-7	Ответ студента полностью соответствует заданной теме / в ответах допустил незначительные ошибки/ не ответил на вопросы, но выполнил дополнительное задание/ не ответил на вопросы, не выполнил дополнительное задание.	зачтено/незачтено
Затратное ценообразование экономические основы	ПК-6 ПК-7	Ответ студента полностью соответствует заданной теме / в ответах допустил незначительные ошибки/ не ответил на вопросы, но выполнил дополнительное задание/ не ответил на вопросы, не выполнил дополнительное задание.	зачтено/незачтено
Обоснованный расчет издержек и рентабельности для затратного ценообразования	ПК-6 ПК-7	Ответ студента полностью соответствует заданной теме / в ответах допустил незначительные ошибки/ не ответил на вопросы, но выполнил дополнительное задание/ не ответил на вопросы, не выполнил дополнительное задание.	зачтено/незачтено
Анализ экономической приемлемости изменений цен: простейшие приемы	ПК-6 ПК-7	Ответ студента полностью соответствует заданной теме / в ответах допустил незначительные ошибки/ не ответил на вопросы, но выполнил дополнительное задание/ не ответил на вопросы, не выполнил дополнительное задание.	зачтено/незачтено
Ценность товара как фактор формирования его цены	ПК-6 ПК-7	Ответ студента полностью соответствует заданной теме / в ответах допустил незначительные ошибки/ не ответил на вопросы, но выполнил дополнительное задание/ не ответил на вопросы, не выполнил дополнительное задание.	зачтено/незачтено
Основы формирования ценовой стратегии	ПК-6 ПК-7	Ответ студента полностью соответствует заданной теме / в ответах допустил незначительные ошибки/ не ответил на вопросы, но выполнил дополнительное задание/ не ответил на вопросы, не выполнил дополнительное задание.	зачтено/незачтено

4.4. Методические материалы

Изучение дисциплины завершается зачетом (7 семестр), 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 тем рефератов

Обучение по дисциплине «Ценообразование во внешней торговле» 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.
- подготовить реферат по выбранной теме

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

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучение по дисциплине «Ценообразование во внешней торговле» предполагает изучение курса на аудиторных занятиях (лекции, практические занятия) и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия дисциплины «Ценообразование во внешней торговле» 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.

Требования к реферату.

1. Содержание реферата

Структура реферата содержит следующие обязательные элементы:

- титульный лист;
- содержание;
- введение;
- основная часть;
- заключение;
- библиографический список;
- приложение(я) (при необходимости).

Титульный лист является первой страницей реферата.

Текст печатается шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14 (для темы реферата может быть использован размер шрифта 16).

В содержании перечисляют введение, заголовки глав (разделов) и

подразделов основной части, заключение, библиографический список, каждое приложение с указанием номеров листов (страниц), на которых они начинаются.

Во введении, как правило, обосновываются актуальность выбранной темы, ее теоретическая и практическая значимость, формулируются цель и задачи работы, дается краткий обзор информационной базы исследования.

Основная часть реферата представляет собой логически последовательное изложение изученной проблемы. Основная часть реферата состоит из глав. В конце каждой главы (раздела) подраздела следует обобщить материал в соответствии с целями и задачами, сформулировать выводы и достигнутые результаты.

В заключении подводится итог работы, представляющий собой обобщенные выводы.

Библиографический список должен включать изученную и использованную в реферате литературу. Он свидетельствует о степени проработке проблемы, уровне сформированности у студента навыков самостоятельной работы с информационной составляющей реферата и должен иметь следующую упорядоченную структуру:

1) Нормативные правовые акты и материалы судебной практики:

а) Конституция РФ

б) международные правовые акты;

в) федеральные конституционные законы;

г) федеральные законы;

д) подзаконные нормативные правовые акты:

- Президента РФ;

- Правительства РФ;

- органов исполнительной власти;

е) нормативные правовые акты органов государственной власти субъектов РФ;

ж) нормативные правовые акты и другие документы органов местного самоуправления.

2) Специальная литература:

а) монографии;

б) диссертации;

в) научные сборники;

г) учебники.

3) Периодическая литература (научные статьи и другие публикации периодических изданий).

4) Электронные ресурсы.

Внутри каждой подгруппы документов, указанных в п. «1», источники располагаются в хронологическом порядке. Источники, указанные в п.п. «2» – «4», располагаются в алфавитном порядке. Нумерация источников сплошная.

Сведения об источниках приводятся в соответствии с действующими на момент выполнения реферата требованиями ГОСТ.

Не менее 25 % источников должны быть изданы в последние пять лет.

В приложения (если таковые имеются) включаются связанные с выполненным рефератом материалы, которые по каким-либо причинам не могут быть внесены в основную часть: справочная информация, таблицы, схемы, извлечение из нормативных документов, образцы документов, инструкции, методики (иные материалы), разработанные в процессе выполнения работы, иллюстрации вспомогательного характера и т.д.

2. Оформление реферата

Работа оформляется в виде текста, подготовленного на персональном компьютере с помощью текстового редактора и отпечатанного на принтере на листах формата А4 с одной стороны. Текст на листе должен иметь книжную ориентацию, альбомная ориентация допускается только для таблиц и схем приложений. Основной цвет шрифта – черный.

Поля страницы должны иметь следующие размеры: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее и нижнее – 20 мм.

Текст печатается через полтора интервала шрифтом Times New Roman, размер шрифта 14 (для сносок 10).

Абзацный отступ должен быть одинаковым по всему тексту и равен 1,25 см.

Перенос слов с одной строки на другую производится автоматически.

Наименования всех структурных элементов (за исключением приложений) записываются в виде заголовков с абзацного отступа с прописной буквы без подчеркивания (шрифт 14 жирный). Точка после заголовка не ставится.

Страницы нумеруются арабскими цифрами с соблюдением сквозной нумерации по всему тексту. Номер страницы проставляется в центре нижней части листа без точки. Титульный лист включается в общую нумерацию страниц. Номер страницы на титульном листе не проставляется (нумерация страниц – автоматическая). Приложения включаются в общую нумерацию страниц.

Главы (разделы), в случае выполнения реферата, имеют порядковые номера в пределах всего реферата и обозначаются арабскими цифрами без точки. Номер параграфа состоит из номеров главы (раздела) и порядкового номера параграфа, разделенных точкой. В конце номера параграфа точка не ставится. Главы (разделы) основной части реферата следует начинать с нового листа (страницы).

Сноски в тексте располагаются в конце страницы, на которой они обозначены, и отделяют от текста короткой тонкой горизонтальной линией с левой стороны. Знак сноски ставится непосредственно после того слова, числа, символа, предложения, к которому относится. Знак сноски выполняется арабскими цифрами. Нумерация сносок отдельная для каждой страницы (шрифт 10).

Цитаты воспроизводятся в тексте с соблюдением всех правил цитирования (соразмерная кратность цитаты, точность цитирования). Цитированная информация заключаются в кавычки, и указывается номер

страницы источника, из которого приводится цитата.

Приложения оформляются на отдельных листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху посередине страницы слова «Приложение» и его обозначения. Приложения обозначают заглавными буквами русского алфавита, начиная с А, за исключением букв Ё, З, Й, О, Ч, Ь, Ы, Ъ.

Приложения должны иметь общую с остальной частью работы сквозную нумерацию страниц.

Общий объем реферата составляет от 15 до 20 страниц печатного текста.

3. Порядок сдачи реферата

Реферат сдается преподавателю на проверку за неделю до проведения практического занятия, на котором будут обсуждаться темы рефератов.

Проверив работу, на титульном листе преподаватель указывает «зачтено» или «не зачтено». В случае, когда работа «не зачтена», она возвращается студенту. Отмеченные в работе недостатки должны быть устранены, а работа возвращена преподавателю.

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	Горина Г.А. Ценообразование [Электронный ресурс]: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.		http://www.iprbookshop.ru/52594
3	Косинова Е.А. Ценообразование: теория и практика [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, АГРУС, 2012		http://www.iprbookshop.ru/47381
4	Мантусов В.Б. Ценообразование во внешней торговле.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.— 247 c		http://www.iprbookshop.ru/70842.html

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

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, столы со скамьями, кафедра настольная-1. Видеопроектор Toshiba TDP-T100-1, экран для проектора da lite 200x200-1, аудиторная доска трехстворчатая меловая-1.	
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, стулья, кафедра настольная, видеопроектор Acer m342-1, экран для проектора потолочный с эл. приводом ScreenMedia Champion 229x305-1, аудиторная доска меловая, трехстворчатая-1.	ГК 035410000801-4000043-0010007- 43-0010007-01 от 30.01.2015

Компьютерный класс (аудитория для выполнения самостоятельной работы) / 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 Стулья Ноутбуки Lenovo g505 Процессор AMD E1-2100 APU 1GHz, ОЗУ 4 Gb, Жесткий диск 500Gb, ОС windows 8.1 – 15 шт. Шкаф металлический, двухстворчатый-1 Аудиторная доска меловая - 1	ОС windows 8.1 профессиональная, Microsoft Office стандартный 2013, Kaspersky Endpoint Security 10 для Windows, 1С: Enterprise (training version) (8.3.5.1248), 7-Zip (x64 edition), Adobe reader XI (11.0.17) – Russian, ArgoUML 0.34, Deductor Academic, Java 8 Update 101, Microsoft Visual C++ 2008 redistributable - x64 9.0.60729.4148 MySQL Workbench 6.3 CE, Ramus Educational, WordTabulator. 030-0010007-01 от 20.12.2014 Лицензии на программное 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
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения оборудования.	

Перечень программного обеспечения, необходимого для реализации дисциплины «Ценообразование во внешней торговле»

Наименование программного обеспечения	Назначение и тип лицензии программного обеспечения
1С: Предприятие 8.2 (учебная версия)	Учебная версия платформы «1С:Предприятия 8.2». Свободная лицензия
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
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
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) – 11.0.51106 Microsoft Visual C++ 2013 redistributable (x64) – 12.0.30501	Интегрированная среда разработки приложений на языке C++. Свободная лицензия

Mozilla FireFox	Браузер. 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
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	Пакет офисных приложений. Лицензированная версия

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, 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