

НЕГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОСТОЧНО - СИБИРСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И
МЕНЕДЖМЕНТА»

УТВЕРЖДАЮ



Ректор НОУ ВО «ВСИЭМ»

Л.Н. Цой
Л.Н. Цой
«21» июня 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

Направление подготовки **38.03.02 Менеджмент**

Направленность (профиль) основной профессиональной образовательной программы прикладного бакалавриата:
«Логистика»

Форма обучения: очная, заочная
Виды профессиональной деятельности: информационно-аналитическая, предпринимательская
Учебный год: 2021/2022

Якутск 2021

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи обучения по дисциплине	4
2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий	6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий.....	6
5.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)	9
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)	11
7. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
7.1 Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы	12
7.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания	12
7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций	15
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля).....	24
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)	24
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	25
10.1 Общие методические рекомендации по освоению дисциплины «Ценообразование» для обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент	25
10.2 Методические рекомендации по самостоятельной работе по дисциплине «Ценообразование» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент	26
11. Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем.....	26
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	27
13. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).....	27

1. Цели и задачи обучения по дисциплине

Цель обучения по дисциплине «Ценообразование» – изучение процесса рыночного ценообразования для дальнейшего практического применения полученных знаний в профессиональной деятельности.

Основные задачи дисциплины: дать навыки практического использования методов принятия решений в профессиональной деятельности; научить выбирать методы для принятия наиболее эффективных решений в условиях быстро меняющейся реальности, для быстрой адаптации к изменяющимся условиям деятельности.

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

Процесс изучения дисциплины «Ценообразование» направлен на формирование обучающихся по программе высшего образования (бакалавриат) по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, направленность (профиль) «Логистика» компетенции ОК-6, ПК-9 и ПК-14

Код и описание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОК-6 способность работать в коллективе, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия	Знает основы профессиональной этики и культуры делового общения
	Умеет осуществлять межличностное, групповое, межкультурное взаимодействие, основываясь на принципах профессиональной этики и нормах делового общения
	Владеет способами установления и поддержания контактов, ведения диалога в ходе решения профессиональных задач в условиях межличностного, группового, межкультурного взаимодействия
ПК-9 способность оценивать воздействие макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, а также анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса на основе знания экономических основ поведения организаций, структур рынков и конкурентной среды отрасли	Знает законодательные основы влияния макроэкономической среды на функционирование организаций и органов государственного и муниципального управления, основные механизмы принятия решений органами государственного и муниципального управления
	Умеет выявлять и анализировать рыночные и специфические риски, анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса, применять полученные знания при работе над ВКР
	Владеет навыками работы с государственными органами, способностью анализировать поведение потребителей экономических благ и формирование спроса; способностью проводить анализ рыночных и специфических рисков, использовать его результаты в исследовательской и профессиональной деятельности
ПК-14 умение применять основные принципы и	Знает различные системы учета и распределения затрат
	Умеет

стандарты финансового учета для формирования учетной политики и финансовой отчетности организаций, навыков управления затратами и принятия решений на основе данных управленческого учета	оценивать эффективность использования различных систем учета и распределение затрат; принимать обоснованные управленческие решения на основе данных управленческого учета
	Владеет навыками калькулирования и анализа себестоимости продукции

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.3 «Ценообразование» является обязательной дисциплиной вариативной части программы бакалавриата. Дисциплина базируется на знаниях, полученных обучающимися при изучении дисциплин «Экономическая теория», «Маркетинг», «Теория менеджмента», «Статистика», «Эконометрика», «Налоги и налогообложение», «Учет и анализ», «Экономика организации» и др.

Дисциплина «Ценообразование» является этапом формирования компетенций ОК-6, ПК-9 и ПК-14 в процессе освоения ОПОП. В качестве промежуточной аттестации по дисциплине предусмотрен экзамен, который входит в общую трудоемкость дисциплины. Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ОК-6, ПК-9 и ПК-14 определяется в период итоговой аттестации.

Дисциплина «Ценообразование» формирует знания, необходимые для таких дисциплин, как «Финансовый менеджмент», «Анализ финансовой отчетности». Знания, полученные по данной дисциплине, используются также для успешного прохождения преддипломной практики и написания и защиты ВКР.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебной работы) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры
		7
Контактная работа* (аудиторные занятия) всего, в том числе:	60	60
лекции	30	30
практические занятия	30	30
Самостоятельная работа*	48	48
контроль	36	36
Промежуточная аттестация		экзамен
Общая трудоемкость	144	144

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		4
Контактная работа* (аудиторные занятия) всего, в том числе:	12	12
лекции	4	4
практические занятия	8	8
Самостоятельная работа*	123	123
Контроль	9	9

Вид учебной работы	Всего часов	Курс
		4
Промежуточная аттестация		экзамен
Общая трудоемкость	144	144

* для обучающихся по индивидуальному учебному плану количество часов контактной и самостоятельной работы устанавливается индивидуальным учебным планом.¹

Дисциплина реализуется посредством проведения учебных занятий (включая проведение текущего контроля успеваемости) и промежуточной аттестации обучающихся. В соответствии с рабочей программой и тематическим планом изучение дисциплины проходит в форме контактной работы обучающихся с преподавателем и самостоятельной работы обучающихся. При реализации дисциплины предусмотрена аудиторная контактная работа и внеаудиторная контактная работа, посредством электронной информационно-образовательной среды. Учебный процесс в аудитории осуществляется в форме лекций и практических занятий. В лекциях раскрываются основные темы изучаемого курса, которые входят в рабочую программу. На практических занятиях более подробно изучается программный материал в плоскости отработки практических умений и навыков и усвоения тем. Внеаудиторная контактная работа включает в себя проведение текущего контроля успеваемости (тестирование) в электронной информационно-образовательной среде.

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий Тематический план для очной формы обучения

№	Наименование темы	Количество часов по учебному плану	Количество аудиторных часов	Из них, час		Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
				лекции	практические занятия		
1	Цена как экономическая категория	10	6	3	3	4	ОК-3, ПК-2
2	Классификация цен и их система	10	6	3	3	4	ОК-3, ПК-2
3	Рыночный механизм и ценообразующие факторы	12	6	3	3/2*	6	ОК-3, ПК-2
4	Структура рынка и ценообразование на различных типах рынка	12	6	3	3/2*	6	ОК-3, ПК-2

¹ Примечание:

для обучающихся по индивидуальному учебному плану - учебному плану, обеспечивающему освоение соответствующей образовательной программы на основе индивидуализации ее содержания с учетом особенностей и образовательных потребностей конкретного обучающегося (в том числе при ускоренном обучении, для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов, для лиц, зачисленных для продолжения обучения в соответствии с частью 5 статьи 5 Федерального закона от 05.05.2014 №84-ФЗ «Об особенностях правового регулирования отношений в сфере образования в связи с принятием в Российскую Федерацию Республики Крым и образованием в составе Российской Федерации новых субъектов - Республики Крым и города федерального значения Севастополя и о внесении изменений в Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации»).

5	Издержки и их роль в формировании цены	12	6	3	3/2*	6	ОК-3, ПК-2
6	Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы	12	6	3	3/2*	6	ОК-3, ПК-2
7	Ценообразование на рынке факторов производства	10	6	3	3/2*	4	ОК-3, ПК-2
8	Ценообразование во внешней торговле	10	6	3	3/2*	4	ОК-3, ПК-2
9	Ценообразование на рынке товаров и услуг	10	6	3	3/2*	4	ОК-3, ПК-2
10	Цены и финансово-кредитная система	10	6	3	3/2*	4	ОК-3, ПК-2
	Контроль	36					ОК-3, ПК-2
	Экзамен						
	Итого	144	60	30	30/16*	48	

*в т.ч. в интерактивной (активной) форме

Тематический план для заочной формы обучения

№	Наименование темы	Количество часов по учебному плану	Количество аудиторных часов	Из них, час		Самостоятельная работа	Формируемые компетенции
				лекции	практические занятия		
1	Цена как экономическая категория	13	1	-	1	12	ОК-3, ПК-2
2	Классификация цен и их система	13	1	1	-	12	ОК-3, ПК-2
3	Рыночный механизм и ценообразующие факторы	13	1	-	1	12	ОК-3, ПК-2
4	Структура рынка и ценообразование на различных типах рынка	14	2	1	1	12	ОК-3, ПК-2
5	Издержки и их роль в формировании цены	14	2	-	2/2*	12	ОК-3, ПК-2
6	Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы	14	-	-	-	14	ОК-3, ПК-2
7	Ценообразование на рынке факторов производства	14	1	1	-	13	ОК-3, ПК-2
8	Ценообразование во внешней торговле	13	1	-	1	12	ОК-3, ПК-2
9	Ценообразование на рынке товаров и услуг	14	2	-	2/2*	12	ОК-3, ПК-2
10	Цены и финансово-кредитная система	13	1	1	-	12	ОК-3, ПК-2
	Контроль			9			ОК-3, ПК-2
	Итого	144	12	4	8/4*	123	

*в т.ч. в интерактивной (активной) форме

Формы учебных занятий с использованием активных и интерактивных технологий обучения

№	Наименование разделов (тем), в которых используются активные и/или интерактивные образовательные технологии	Образовательные технологии	Трудовая емкость (час.)
1	Практическое занятие Тема 3. Рыночный механизм и ценообразующие факторы	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия) с элементами <i>дискуссии</i>	2 часа
2	Практическое занятие Тема 4. Структура рынка и ценообразование на различных типах рынка	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия)	2 часа
3	Практическое занятие Тема 5. Издержки и их роль в формировании цены	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия)	2 часа
4	Практическое занятие Тема 6. Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия) с применением метода <i>case-study</i> (<i>группового анализа кейсов</i>)	2 часа
5	Практическое занятие Тема 7. Ценообразование на рынке факторов производства	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия) с применением метода <i>case-study</i> (<i>группового анализа кейсов</i>)	2 часа
6	Практическое занятие Тема 8. Ценообразование во внешней торговле	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия) <i>деловая игра</i>	2 часа
7	Практическое занятие Тема 9. Ценообразование на рынке товаров и услуг	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия) с элементами <i>дискуссии</i>	2 часа
8	Практическое занятие Тема 10. Цены и финансово-кредитная система	<i>работа в малых группах</i> (выполнение практических заданий в группах 2 – 5 человек, позволяет практиковать навыки сотрудничества, межличностного общения, распределения ролей участия) с дополнительным использованием	2 часа

5.2. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам)

Тема 1. Цена как экономическая категория

Предмет ценообразования. Экономическая природа цены и теоретические основы цен: ценность, стоимость, цена товара.

Теории стоимости. Закон стоимости. Современная теория цен. Альтернативные подходы к механизму ценообразования: рыночный и затратный.

Функции цены. Методология ценообразования и ее составные части.

Основы государственного регулирования цен. Цели, задачи, формы и методы государственного регулирования цен. Сущность поэтапной радикальной реформы ценообразования. Либерализация цен. Цель, средства и модели ее осуществления.

Тема 2. Классификация цен и их система

Основные виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения: оптовые цены на продукцию промышленности, цены на строительную продукцию, закупочные цены на сельскохозяйственную продукцию, тарифы грузового и пассажирского транспорта, розничные цены, тарифы на коммунальные и бытовые услуги, внешнеторговые цены.

Виды цен в зависимости от: 1) территории действия; 2) порядка возмещения потребителем транспортных расходов по доставке груза; 3) степени свободы от воздействия государства при их определении; 4) степени новизны товара.

Особенности цен в бухгалтерском учете и статистике.

Система цен и признаки, лежащие в ее основе.

Тема 3. Рыночный механизм и ценообразующие факторы

Понятие рыночного механизма. Спрос: сущность и факторы, на них влияющие. Закон и функция спроса, взаимодействие спроса и цены.

Предложение: сущность и факторы, на него влияющие. Закон и функция предложения, взаимодействие предложения и цены.

Закон взаимодействия спроса и предложения. Рыночное равновесие, определение рыночной (равновесной) цены.

Понятие эластичности. Эластичность спроса и предложения. Перекрестная эластичность.

Факторы, оказывающие влияние на цены. Потребительское поведение. Концепция предельной полезности. Цена безразличия. Предельная норма замещения. Бюджетные ограничения. Бюджетная линия.

Тема 4. Структура рынка и ценообразование на различных типах рынка

Структура рынка: сущность и способы определения типа рынка. Показатели структуры рынка. Конкуренция и ценообразование: ценовая и неценовая конкуренция.

Особенности ценообразования на различных типах рынков: 1) совершенная конкуренция, 2) чистая монополия, 3) монополистическая конкуренция, 4) олигополия. Применимые на этих рынках стратегии ценообразования.

Тема 5. Издержки и их роль в формировании цены

Сущность издержек производства. Их виды. Классификация издержек производства и реализации продукции.

Понятие и виды прибыли.

Взаимосвязь прибыли и затрат. Анализ безубыточности производства (CVP-анализ – взаимосвязь объема производства, затрат, прибыли и цены): аналитический и графический метод.

Методы калькулирования затрат: метод полных затрат, метод нормативных затрат («стандарт-костинг»); метод прямых затрат («директ-костинг»).

Тема 6. Ценовая стратегия и ценовая политика фирмы

Сущность и цели ценовой политики. Ценовая стратегия предприятия и факторы, ее определяющие. Ценовая тактика. Ценообразование в процессе жизненного цикла товара.

Порядок установления окончательной цены. Характеристика этапов процесса ценообразования на предприятии: 1) выбор цели; 2) определение спроса; 3) анализ издержек; 4) анализ цен конкурентов; 5) выбор метода ценообразования; 6) установление окончательной цены.

Информация, необходимая для принятия решения по ценам и особенности ее сбора и обработки.

Характеристика методов практического ценообразования: 1) формирование цен на основе затрат; 2) формирование цен с учетом конкуренции; 3) формирование цен с ориентацией на спрос; 4) параметрические методы ценообразования.

Тема 7. Ценообразование на рынке факторов производства

Ценообразование на рынке труда. Особенности товара «рабочая сила». Спрос и предложение на рынке. Эффект дохода и эффект замещения на рынке труда. Особенности формирования цены труда. Определение зарплаты. Государственное регулирование заработной платы.

Ценообразование на финансовом рынке. Ссудный процент как форма дохода. Ставка процента как цена кредита. Рынок ценных бумаг: организованный и неорганизованный. Ценообразование на фондовой бирже. Валютный рынок и валютный курс. Особенности ценообразования на валютном рынке.

Ценообразование на рынке земли. Цена земли и земельная рента. Капитализированная рента. Природные ресурсы. Процесс ценообразования на сырьевые ресурсы. Факторы, влияющие на уровень цен.

Ценообразование на рынке недвижимости. Система цен на рынке недвижимости. Факторы оценки недвижимости. Доходный, сравнительный и затратный подход к оценке недвижимости.

Ценообразование на объекты интеллектуальной собственности. Факторы формирования цены на объекты интеллектуальной собственности. Методика определения рыночной цены на лицензию (роялти).

Тема 8. Ценообразование во внешней торговле

Основные закономерности и тенденции ценообразования на мировом рынке. Понятие мировых цен, их особенности. Факторы, влияющие на их уровень. Виды цен мирового рынка.

Базисные условия ценообразования и базисные условия поставки. INCOTERMS 2010.

Порядок установления и фиксации цены во внешнеторговых контрактах.

Трансфертные цены в регулировании финансовых потоков транснациональных корпораций. Методы трансфертного ценообразования. Основные стратегии трансфертного ценообразования.

Тема 9. Ценообразование на рынке товаров и услуг

Структура товарного рынка. Организованный и неорганизованный рынок. Особенности ценообразования на неорганизованном рынке.

Товарные биржи: сущность, функции, структура. Виды товарных бирж.

Формы биржевых сделок. Участники биржевых торгов.

Особенности ценообразования на товарных биржах, аукционах, тендерах.

Ценообразование на рынке транспортных услуг. Состояние и проблемы развития транспортной системы. Система тарифов на транспорте. Виды тарифов на рынке транспортных услуг. Факторы, влияющие на формирование тарифов на услуги транспорта. Государственное регулирование тарифов на транспортные услуги. Особенности тарифов железнодорожного, водного и автомобильного транспорта.

Ценообразование на бытовые и коммунальные услуги, оказываемые населению. Особенности формирования тарифов на жилищно-коммунальные услуги, услуги почтовой и электрической связи, прочие услуги населению.

Тема 10. Цены и финансово-кредитная система

Инфляция и роль цен в инфляционных процессах. Динамика цен. Индексы цен и способы их расчета. Последствия инфляционного роста цен и их влияние на развитие экономики. Антиинфляционная политика.

Сущность денежного обращения и теоретические аспекты взаимозависимости цен и денежного обращения. Особенности регулирования цен и денежного обращения в странах с рыночной экономикой. Влияние роста цен на валютный курс. Взаимосвязь денежно-кредитной и валютной политик.

Сущность кредита. Цена кредита и факторы, влияющие на цену кредита. Взаимодействие цены кредита с системой цен, действующей в экономике. Порядок установления цены на кредитные ресурсы. Влияние цен на объем кредитных операций.

Характеристика налогообложения и его связь с ценой. Состав и структура цены. Налоги в составе и структуре цены. Прямые и косвенные налоги и их влияние на уровень цен. Принципы определения цены на товары для целей налогообложения.

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обеспечивает подготовку обучающегося к аудиторным занятиям и контрольным мероприятиям по изучаемой дисциплине. Результаты этой подготовки проявляются в активности обучающегося на занятиях и в качестве выполненных контрольных работ, тестовых заданий, сделанных докладов и других форм текущего контроля.

Самостоятельная работа по дисциплине «Ценообразование» включает следующие виды деятельности:

- работа с лекционным материалом, предусматривающая проработку конспекта лекций и учебной литературы;
- поиск (подбор) и обзор литературы, электронных источников информации по индивидуально заданной проблеме курса;
- выполнение домашнего задания к занятию;
- выполнение домашней контрольной работы (решение заданий, выполнение упражнений);
- изучение материала, вынесенного на самостоятельную проработку (отдельные темы, параграфы);
- подготовка к практическим занятиям;
- подготовка к контрольной работе;
- подготовка к экзамену.

№ п/п	Вид учебно-методического обеспечения
1	Общие методические рекомендации по изучению дисциплины «Ценообразование» для обучающихся.
2	Методические рекомендации по самостоятельной работе и выполнению контрольных работ по дисциплине «Ценообразование» для обучающихся
3	Примерный комплект заданий для текущего контроля успеваемости
4	Типовые задания для тестирования
5	Вопросы для самоконтроля знаний
7	Вопросы к экзамену

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

Порядок, определяющий процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих уровень сформированности компетенций определен в Положении о формах, периодичности и порядке текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся по образовательным программам высшего образования в НОУ ВО «ВСИЭМ».

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

Этапы формирования компетенций в процессе освоения ОПОП прямо связаны с местом дисциплин в образовательной программе. Каждый этап формирования компетенции, характеризуется определенными знаниями, умениями и навыками и (или) опытом профессиональной деятельности, которые оцениваются в процессе текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по дисциплине (практике) и в процессе итоговой аттестации.

Дисциплина «Ценообразование» является завершающим этапом формирования компетенций ОК-3, ПК-2. Итоговая оценка уровня сформированности компетенций ОК-3, ПК-2 определяется в период итоговой аттестации.

В процессе изучения дисциплины, компетенции также формируются поэтапно. Основными этапами формирования ОК-3, ПК-2 при изучении дисциплины «Ценообразование» является последовательное изучение содержательно связанных между собой тем учебных занятий. Изучение каждой темы предполагает овладение обучающимися необходимыми дескрипторами (составляющими) компетенций. Для оценки уровня сформированности компетенций в процессе изучения дисциплины «Ценообразование» предусмотрено проведение текущего контроля успеваемости по темам (разделам) дисциплины и промежуточной аттестации по дисциплине – экзамен.

7.2 Показатели и критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

На этапах текущего контроля успеваемости по дисциплине показателями успеваемости являются результаты выполнения тестов.

Критерии оценки результатов тестирования по дисциплине «Ценообразование»:

% верных решений (ответов)	Шкала оценивания
80-100	5 – «Отлично»
61-89	4 – «Хорошо»
40-60	3 – «Удовлетворительно»
0-39	2 – «Неудовлетворительно»

Показателями оценивания компетенций на этапе промежуточной аттестации по дисциплине «Ценообразование» являются результаты обучения дисциплине.

Показатели оценивания компетенций	
ОК-3	
Знает	основы методологии ценообразования
Умеет	использовать основы экономических знаний в области ценообразования
Владет	методами рыночного ценообразования
ПК-2	
Знает	<ul style="list-style-type: none">– понятия, определения, термины (понятийный аппарат курса);– функции цены;– механизм взаимодействия цены, спроса и предложения;

<ul style="list-style-type: none"> – порядок ценообразования; – стратегии ценообразования; – особенности ценообразования на различных рынках; – информацию, необходимую для принятия решения по ценам; – взаимосвязь цены, издержек и прибыли; – методы государственного регулирования цен; – взаимосвязь цен и финансово-кредитной системы; - особенности процесса ценообразования на мировом рынке.
<p>Умеет</p> <ul style="list-style-type: none"> – выделять объекты курса; – описать, охарактеризовать экономический смысл основных терминов и формул, введенных и используемых в курсе; – определять причины неудачной ценовой политики предприятия; – прогнозировать развитие событий при смене стратегии ценообразования; – выбирать наиболее приемлемый метод ценообразования; – рассчитывать цены, используя различные методики; – выбирать и оценивать информацию, необходимую для принятия решения по ценам; – оценивать влияние изменения цен на основные показатели работы предприятия. – самостоятельно обрабатывать необходимую информацию и предоставлять ее в максимально доступном виде, в том числе в виде презентации; - вести мониторинг зарубежного рынка и работу с поступающей информацией с помощью современных информационных технологий.
<p>Владеет</p> <ul style="list-style-type: none"> – методами сбора, обработки и анализа экономических показателей деятельности организации; - современными методами сбора, обработки и анализа ценовой информации; – методами СVP – анализа; – навыками использования современных технических средств и информационных технологий при решении исследовательских и аналитических задач.

Шкала оценивания, в зависимости от уровня сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций			
«недостаточный» Компетенции не сформированы.	«пороговый» Компетенции сформированы.	«продвинутый» Компетенции сформированы.	«высокий» Компетенции сформированы.
Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Сформированы базовые структуры знаний. Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер. Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.	Знания обширные, системные. Умения носят репродуктивный характер применяются к решению типовых заданий. Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.	Знания твердые, аргументированные, всесторонние. Умения успешно применяются к решению как типовых так и нестандартных творческих заданий. Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка
Описание критериев оценивания			
Обучающийся демонстрирует: - существенные	Обучающийся демонстрирует: - знания	Обучающийся демонстрирует: - знание и понимание	Обучающийся демонстрирует: - глубокие,

<p>пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкую степень контактности.</p>	<p>теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы. - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение, без грубых ошибок, решать практические задания, которые следует выполнить.</p>	<p>основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала. - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить. - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы.</p>	<p>всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий, в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания. - свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы.</p>
Оценка «неудовлетворительно»	Оценка «удовлетворительно»	Оценка «хорошо»	Оценка «отлично»

Оценочный лист результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Уровень сформированности компетенции на данном этапе / оценка
ОК-3	
ПК-2	
Оценка по дисциплине	

Оценка по дисциплине зависит от уровня сформированности компетенций, закрепленных за дисциплиной и представляет собой среднее арифметическое от выставленных оценок по отдельным результатам обучения (знания, умения, навыки).

Оценка «отлично» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 4,5 до 5,0.

Оценка «хорошо» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 3,5 до 4,4.

Оценка «удовлетворительно» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 2,5 до 3,4.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется, если среднее арифметическое находится в интервале от 0 до 2,4.

7.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений и навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций²

❖ Примерный комплект заданий для текущего контроля успеваемости

Типовые практические задания

Задача № 1. Себестоимость равна 405 руб.; свободная отпускная цена с НДС составляет 700 руб.; НДС – 20%; акциз – 15%.

Какова структура отпускной цены?

Задача № 2. Себестоимость равна 120 руб.; НДС составляет 20%; акциз – 30%; свободная отпускная цена с НДС – 400 руб.; посредническая надбавка – 15%, торговая надбавка – 25%.

Определите уровень и полную структуру розничной цены, если налог с продаж равен 5%.

Задача № 3. Себестоимость равна 1000 руб.; акциз составляет 15%; свободная отпускная цена с НДС – 4000 руб.; посредническая надбавка – 25%.

Представьте структуру свободной отпускной цены и цены закупки.

Задача № 4. Имеет ли смысл заниматься посреднической деятельностью, если ваша цена закупки равна 1000 руб.; издержки обращения составляют 500 руб.; минимальная приемлемая рентабельность – 20%, максимально возможная цена реализации – 1800 руб.?

Задача № 5. Себестоимость равна 200 руб.; приемлемая рентабельность составляет 15%; НДС – 20%.

Представьте структуру отпускной цены с НДС и без НДС.

Как изменится уровень цены реализации в рублях при введении налога с продаж в размере 5%?

Задача № 6. Себестоимость равна 760 руб.; приемлемая рентабельность составляет 20%; НДС – 20%; акциз – 10%.

Задача № 7. Цена закупки равна 400 руб.

Каков предельно допустимый процент надбавки и скидки в пользу торгового посредника, если максимально возможная розничная цена изделия составляет 575 руб.?

Задача № 8. Цена изготовителя равна 5000 руб. за одно изделие; НДС составляет 20%.

Каков минимально возможный уровень розничной цены, если производитель реализует продукцию:

- 1) без услуг торговой организации;
- 2) с услугами торговой организации при торговой надбавке 25%?

На каждой стадии реализации используется наличная форма расчетов.

Задача № 9. Цена закупки равна 10000 руб.; предельный уровень розничной цены составляет 11000 руб.

Что можно сказать о проценте торговой надбавки к розничной цене?

² Оценочные материалы в полном объеме разработаны и утверждены кафедрой, реализующей данную дисциплину, являются составной частью ОПОП.

Задача № 10. Какова структура отпускной цены, если ее уровень с НДС равен 800 руб. при ставке НДС 20%, а себестоимость составляет 500 руб.?

Задача № 11. Какова рентабельность продукции, если отпускная цена без НДС равна 900 руб.; ставка НДС составляет 20%; себестоимость – 600 руб.?

Кейс-задачи

Кейс «Цена и маркетинг»

История часов Swatch («Суотч») начиналась как эксперимент, когда в конце 70-х гг. традиционная швейцарская часовая индустрия испытывала сильнейшее давление со стороны азиатских производителей дешевых часов. Компания Swatch (Swiss Watch) применила нетривиальный ход, который вернул позиции швейцарских часовщиков на европейском и мировом рынках.

Установление цен на часы Swatch может служить примером интеграции ценообразования и общей стратегии маркетинга. Идея недорогих швейцарских часов, призванных завоевать часть соответствующего сегмента рынка, основывалась на стремлении выпустить часы, не просто показывающие время – это делают все часы, – а способные дать возможность ощутить радость жизни.

Как отметил руководитель конструкторского бюро Swatch, неизменная цена в 40 долл. за базовую модель должна была стать постоянной. Часы Swatch доступны. Принять решение об их покупке просто. Постоянная цена в 40 долл. как бы говорит о том, что вы не допустите ошибку, купив эти часы, и получите немного удовольствия.

Идея, заложенная в часах и рекламе, подкреплена ценовой политикой. Она не противоречит другим элементам маркетинга, скорее, способ извлечения ценности дополняет способ формирования ценности.

Сейчас под этой маркой выпускается до 25 % всех часов в мире. Всего двадцать лет потребовалось «эксперименту» для того, чтобы занять лидирующую позицию. Неповторимый стиль, умение предложить новое направление моды, легендарное швейцарское качество, демократичные цены, инновационные технологии – таковы слагаемые успеха бренда.

Вопросы и задания

1. В чем состоят преимущества установления единой цены для торговой марки Swatch?
2. Верно ли, что руководство компании сначала выбирает целевой рынок, затем определяет элементы комплекса маркетинга, формирующие представления о ценности часов?
3. Какие скидки предлагает марка Swatch покупателям?

Кейс «Влияние ценообразования на развитие отрасли»

Рассмотрим историю динамики цен в двух разных отраслях США в течение одинакового периода времени – десяти лет. Тенденции движения цен на сигареты и фотоаппараты одноступенчатого процесса представлены на рис. 1.6 и 1.7.

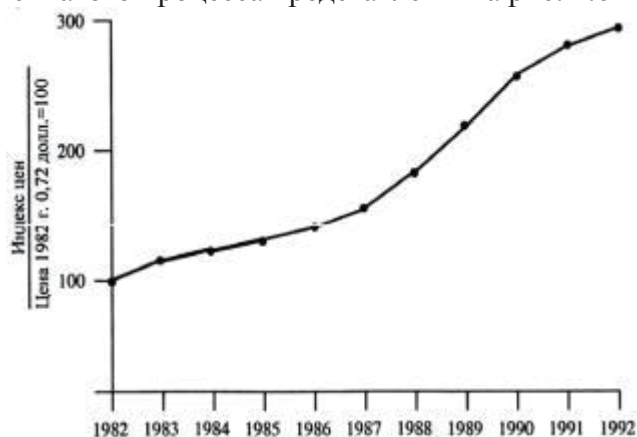


Рис. 1.6. Средняя розничная цена сигарет

На рис. 1.6 видно, что средняя розничная цена пачки сигарет за 1982–1992 гг. возросла на 139 %, с 72 центов до 1,72 долл. Ежегодный рост цены колебался от 7,3 % до 12,8 %, а в среднем составил 9,9 % по сравнению со средним индексом потребительских цен 4 % в этот период. Лидер рынка компания «Филип Моррис» в 1992 г. получила 5,2 млрд. долл. прибыли от продажи табачных изделий только в США. Устойчивое 10%-ное повышение цен происходило ежегодно, несмотря на то что общий сбыт неуклонно сокращался – с 634 млрд. проданных пачек сигарет в 1982 г. до 500 млрд. в 1992 г., уменьшение составило 21 %.

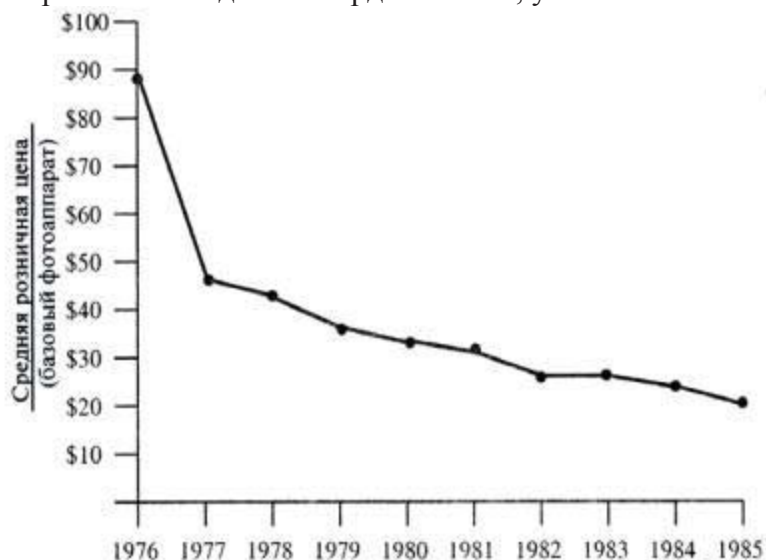


Рис. 1.7. Средняя розничная цена фотоаппаратов

На рис. 1.7 показана средняя розничная цена базовых фотоаппаратов одноступенчатого процесса в реальном выражении (в долл.) с 1976 по 1985 г. На рынке выступали лишь две компании: «Кодак» и «Полароид». До прихода на рынок «Кодак» в 1976 г. компания «Полароид» получила валовую прибыль от своих фотоаппаратов 40–50 %, но уже к 1978 г. компания «Кодак» свела ее цену до издержек производства.

С 1976 по 1997 г. компания «Кодак» потеряла на своих операциях с моментальной фотографией 484 млн долл. Цены продолжали снижаться до начала 80-х гг., в результате чего они были ниже издержек производства – например, в 1982 г. самый дешевый фотоаппарат «Кодак» продавался дистрибьюторам по 11,95 долл. при издержках производства 28 долл.

По словам экспертов, отрасль фотоаппаратов к 1985 г. «напоминала лихорадочную распродажу». Компания «Кодак» потеряла еще 220 млн долл. с 1981 по 1984 г., когда она решила уйти с рынка любительских фотоаппаратов.

Наблюдение за ценами в двух отраслях показало, что в одной цены выросли на 139 %, в другой упали на 76 %. Значительную долю резкого различия в динамике цен на этих рынках можно объяснить просто: координация цен в отличие от войны цен.

В сигаретном бизнесе крупнейшими компаниями были «Филип Моррис» и «Рейнольдс», на которые приходилось соответственно 40 и 30 % рынка. Цены на марочные сигареты разных изготовителей менялись синхронно, хотя в 80-е гг. возрастал сегмент рынка, рассчитывавший на скидку с цены. Ценовое поведение в сигаретной отрасли стало предметом научных исследований, эксперты отмечают, что еще в 20-е гг. основные игроки отрасли «четко осознали свою взаимозависимость».

В отличие от этого, в отрасли фотоаппаратов преобладали воинственные настроения. Очевидно, что прибыли компании «Полароид» стали жертвой снижения цен конкурентом и его стремлением добиться доли рынка, а не рентабельности.

На конкурентных рынках, подобных этим двум, и на большинстве рынков мира существует естественная тенденция к снижению цен, которая, если ее не пресечь, способна подорвать сформированную ценность продукта, тем самым снизить доход и лишить компанию капитала, необходимого для инноваций.

Вопросы и задания

1. Определите природу такого резкого различия в динамике цен на данных рынках.
2. Какая из компаний использовала стратегию рационального ценового последователя?
3. Назовите конкретные мероприятия компании «Рейнольдс» для того, чтобы не пропускать признаки изменений отраслевых цен и получать максимально возможную прибыль?
4. Какая компания, стремясь добиться большей доли рынка, не обращала внимания на рентабельность?
5. Объясните, как цены конкурентов влияют на ценность товаров в данных отраслях?
6. Как компания «Кодак», понимая микроэкономику отрасли, могла бы адаптировать свою тактику?
7. Набольшинстверынковмирасушествуетестественнаятенденция к снижению цен. Почему компания «Филип Моррис» повышала цены?

Кейс «Стратегия средних цен»

Основной сегмент рынка битумной черепицы в России – это Москва, на которую приходится 70 % всех продаж. Это объясняется тем, что битумная (мягкая) черепица – один из самых дорогих кровельных материалов. На рынке присутствуют в основном зарубежные производители, которые и конкурируют между собой. Доля отечественных производителей низка, а качество продукции еще уступает зарубежным аналогам.

На российском рынке в 2003 г. присутствовали несколько производителей, поэтому рынок может быть охарактеризован как олигопольный. В то же время позиции конкурентов далеко не равные. Ведущие позиции занимают производители из Финляндии: на черепицу марки «Катепал» одноименного производителя приходилось 50 % рынка, на другую финскую марку «Пиккопойка» фирмы «Леминкайнен» – 20 %. Оставшиеся 30 % рынка делили между собой остальные производители: итальянская фирма «Тегола», финская фирма «Икопал», французская компания «Ондулин» с одноименной маркой черепицы «Ондулин US шинглз» и др. Ценовая конъюнктура, формируемая основными рыночными игроками, выглядела следующим образом: цены на мягкую черепицу при объеме покупки до 150 кв. м варьировали от 6,5 до 11 долл. за 1 кв. м. Эксперты отмечают, что ценовые различия на рынке очень тесно коррелируют с различиями в качестве черепицы и степенью известности марки.

Рассмотрим, как влияла ценовая конкуренция на выбор политики ценообразования компании «Ондулин» на российском рынке. Целью компании является максимизация прибыли и завоевание лидирующих позиций на рынке по показателям качества. Это значит, что установленная цена должна обеспечивать текущую прибыль, а текущие финансовые показатели важнее стратегических показателей. При этом структура цены на продукцию компании выглядит следующим образом: себестоимость – 3 долл., таможенные расходы – 1,16 долл., транспортные расходы – 1,23 долл., маржа (прибыль продавца) – 2,3 долл. Цена = $3 + 1,16 + 1,23 + 2,3 = 7,7$ (долл.)

Цена продукции «Ондулин», составляющая 7,7 долл. за 1 кв. м, – это средняя цена в целом по рынку. Можно сделать вывод, что компания «Ондулин» придерживается стратегии нейтрального ценообразования, стремясь обеспечить ту комбинацию «цена–качество», которая соответствует большинству продаваемых на рынке аналогичных товаров. Компания не видит возможности реализации иных ценовых стратегий: стратегии премиальных цен, стратегии ценового прорыва и стратегии дешевых товаров. Первая невозможна потому, что покупатели в России, даже в этом высокодоходном сегменте, довольно чувствительны к уровню цены, а стратегии ценового прорыва и ценовых преимуществ не применяются из-за конкурентной ситуации на рынке. Сильные конкуренты способны к серьезному ответу, что делает опасными названные стратегии.

Политика ценообразования компании «Ондулин» строится следующим образом: а) основным фактором ценообразования вследствие острой конкуренции являются не издержки продавца, а потребительские предпочтения, восприятие соотношения цены и качества; б) цены устанавливаются исходя из фактической себестоимости, но с учетом цен конкурентов; в) маржа назначается в соответствии с объемом реализованной продукции; г) в розничных

ценах применяются скидки на объем (оптовые скидки), чтобы стимулировать увеличение объема покупки.

Маркетологи компании «Ондулин» считают, что такое ценообразование ориентируется главным образом на «массового» покупателя в данном сегменте рынка и способствует достижению целей компании. Компания применяет рыночные методы ценообразования с учетом ценовой чувствительности потребителей и общей ценовой конъюнктуры рынка.

Вопросы и задания

1. Рассчитайте максимальную и минимальную цену на продукцию компании «Ондулин».

2. Определите эластичность спроса на российском рынке мягкой черепицы. Ответ обоснуйте.

3. Какими задачами руководствовалась компания «Ондулин» при назначении цен на свою продукцию?

4. Является ли фирма «Катепал» прямым конкурентом для компании «Ондулин»?

5. Объясните, почему компания «Ондулин» не реализовывает другие ценовые стратегии?

Кейс «Инициативное изменение цен»

Информация о положении предприятия на рынке способна помочь при формировании обоснованного суждения о его стратегии и возможной реакции. Ценовая реакция конкурентов существенно различается в зависимости от индивидуальной ситуации. К примеру, чего можно ожидать от соперников в двух рассмотренных вариантах.

Первый вариант. Корпорация «Кодак», которой принадлежат 70 % двухмиллиардного рынка фотопленки в США, и меньший бизнес компании «Фуджи». Если компания «Фуджи» снизит свою цену, сделает ли корпорация «Кодак» то же самое?

Второй вариант. Авиакомпания «РусЛайн» и «ТРАНСАЭРО». Если «ТРАНСАЭРО» снизит цену на чартерном маршруте Москва – Санкт-Петербург, последует ли «РусЛайн» этому примеру?

В первом варианте корпорация «Кодак», имеющая бренд с высокой репутацией и значительной долей на рынке, почти наверняка сделает все, чтобы защитить свои позиции, прежде чем прибегнуть к снижению цен. Снижение цены на 5 % при сохранении объема продаж обошлось бы компании потерей 50–60 млн. долл. выручки. Ясно, что она попытается изыскать другой способ, как она и сделала, расширив ассортимент. Компании, имеющие высокую долю на рынке, крайне неохотно идут на снижение цен.

Во втором варианте авиакомпания «РусЛайн» продает специфическую услугу, связанную с небольшими переменными затратами. Она почти вынуждена реагировать ценой в случае решительных действий «ТРАНСАЭРО».

Очевидно, что вероятность реакции с помощью цены у авиакомпании «РусЛайн» намного выше, чем у корпорации «Кодак».

Вопросы и задания

1. Объясните различную реакцию корпорации «Кодак» и авиакомпании «РусЛайн» на возможное снижение цен.

2. Может ли авиакомпания «РусЛайн» так же, как и корпорация «Кодак», расширить свой ассортимент? Ответ обоснуйте.

3. Как переменные затраты авиакомпании «РусЛайн» влияют на изменение цен ее услуг при снижении цен конкурентом?

4. Будет ли выгодно компании «Фуджи» снизить цены? Почему?

❖ Типовые задания для тестирования. Выберите варианты ответа.

1. В чем заключается особенность мирового товарного рынка по сравнению с внутренним?

а) мировой товарный рынок, как правило, в большей степени монополизирован, чем национальный.

- б) сделки на мировом рынке осуществляется в СКВ;
- в) мировой товарный рынок – это зона свободной торговли.

2. Внутренние и мировые цены не совпадают по следующей причине:

- а) различия в численности населения в разных странах;
- б) различия в емкости внутреннего и мирового рынков;
- в) различия в уровне налога на прибыль в разных странах.

3. Особенностью мировых цен на готовые товары является следующая

- а) базой для установления мировых цен являются внутренние цены стран экспортеров;
- б) базой для установления мировых цен являются внутренние цены стран импортеров;
- в) цена устанавливается на аукционе.

4. Цены торгов – это

- а) максимальная цена, предложенная покупателем;
- б) минимальная цена, предложенная покупателем;
- в) минимальная цена, предложенная продавцом.

5. Цены аукционов - это

- а) максимальная цена, предложенная покупателем;
- б) минимальная цена, предложенная покупателем;
- в) минимальная цена, предложенная продавцом.

6. Биржевые цены - это

- а) цена опционных сделок;
- б) цена форвардных контрактов;
- в) правильного ответа нет.

7. Решающую роль в определении цен на сырьевые товары (например, на нефть) играют

- а) цены стран импортеров;
- б) цены стран-экспортеров;
- в) биржевые котировки.

8. Отличительный признак мировой цены на товар заключается в следующем

- а) цена носит единичный характер;
- б) цена носит множественный характер;
- в) цена выражена только в валюте продавца.

9. Страны ОПЕК воздействуют на цену нефти следующим образом

- а) регулированием спросом на нефть;
- б) регулированием потребления нефти;
- в) регулированием предложением нефти.

10. Цена СПОТ предполагает

- а) сделку с поставкой товара в будущем;
- б) форвардную сделку;
- в) сделку с немедленной поставкой товара.

11. К целям государственного регулирования цен относятся

- а) ограничение деятельности предприятий – монополистов;
- б) содействие формированию конкурентной рыночной среды;
- в) все ответы верны.

12. Монопольно высокой является цена

- а) цена, которая устанавливается хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке;
- б) цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, для затруднения доступа на рынок другим хозяйствующим субъектам;
- в) цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим в качестве потребителя (покупателя) доминирующее положение на рынке.

13. Монопольно низкой является цена

- а) цена, которая устанавливается хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке;
- б) цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим в качестве потребителя (покупателя) доминирующее положение на рынке;
- в) цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, для затруднения доступа на рынок другим хозяйствующим субъектам.

14. Монополистически низкой является цена

- а) цена, которая устанавливается хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке;
- б) цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим в качестве потребителя (покупателя) доминирующее положение на рынке;
- в) цена, устанавливаемая хозяйствующим субъектом, занимающим доминирующее положение на товарном рынке, для затруднения доступа на рынок другим хозяйствующим субъектам.

15. Естественная монополия – это

- а) состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства;
- б) состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса эффективнее при наличии конкуренции;
- в) состояние товарного рынка, при котором удовлетворение спроса эффективнее в отсутствие конкуренции в силу особенностей формирования издержек производителя.

16. Прямые методы государственного регулирования цен

- а) государство непосредственно воздействует на порядок определения, структуру и уровень цен;
- б) государство воздействует на поведение субъектов, участвующих в процессе ценообразования на основе ограничений согласно законодательству.
- в) все ответы верны.

17. Косвенные методы государственного регулирования цен

- а) государство непосредственно воздействует на порядок определения, структуру и уровень цен;
- б) государство воздействует на поведение субъектов, участвующих в процессе ценообразования на основе ограничений согласно законодательству;
- в) все ответы верны.

18. Что такое ценовая дискриминация?

- а) это установление разных уровней цен на один и тот же товар схожим по роду деятельности покупателям;
- б) это установление единых цен на один и тот же товар схожим по роду деятельности покупателям;

б) это установление разных уровней цен на один и тот же товар разным по роду деятельности покупателям.

19. Что такое ценовой демпинг?

- а) это запрет на продажу товара выше его себестоимости или цены приобретения;
- б) это запрет на продажу товара ниже его себестоимости или цены приобретения;
- в) это продажа товара ниже его себестоимости или цены приобретения.

20. К органам контроля за ценами относятся:

- а) органы исполнительной власти на федеральном уровне;
- б) органы исполнительной власти на региональном уровне;
- в) все ответы верны.

❖ Вопросы для самоконтроля знаний.

1. Особенности пассивного ценообразования.
2. Особенности активного ценообразования.
3. Что представляет собой точка безубыточности?
4. Дайте определение оптимальной цене.
5. Дайте определение эластичности спроса по цене.
6. Что представляет собой эластичный спрос?
7. Что представляет собой неэластичный спрос?
8. Охарактеризуйте монополистическую конкуренцию.
9. Назовите этапы ценообразования.
10. Что включает механизм ценообразования?
11. Какие методы ценообразования вы знаете?
12. Чем характеризуется механизм рыночного ценообразования?
13. В чем особенности цены на землю?
14. Как формируется цена на нефть?
15. Как налоги влияют на цены?
16. Нарисуйте график точки безубыточности.
17. Что представляют собой мировые цены?
18. Дайте определение трансфертной цене.
19. Дайте определение отпускной цене.
20. Дайте определение закупочной цене.
21. Охарактеризуйте взаимосвязь цены, затрат и прибыли.

Варианты для самостоятельной работы.

Примерные темы докладов, эссе

1. Экономическая сущность цены.
2. Принципиальное отличие планового ценообразования от рыночного.
3. Основные концепции теорий цены и ценообразования.
4. Основные ценообразующие факторы.
5. Принципы рыночного ценообразования.
6. Факторы, влияющие на рыночное равновесие.
7. Ценовая эластичность спроса. Виды ценовой эластичности.
8. Конкуренция. Типы конкуренции.
9. Особенности ценообразования на рынке совершенной конкуренции.

10. Принципиальные отличия рынка совершенной конкуренции от монополистической.
11. Олигополия: характерные черты и особенности ценообразования.
12. Монопольные цены.
13. Дилемма регулирования монопольной цены.
14. Ценовая и неценовая конкуренция.
15. Ценовая дискриминация: виды и условия проведения.
16. Методы и формы государственного регулирования.
17. Взаимодействие цен и налогов.
18. Прямые и косвенные налоги в структуре цены.
19. Особенности ценообразования на экспортируемую и импортируемую продукцию.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Сущность и функции цены
2. Сущность стоимости, теории стоимости
3. Особенности ценообразования в рыночной и плановой экономике
4. Методология ценообразования и ее составные части
5. Система цен и ее элементы
6. Классификация цен в зависимости от обслуживаемых ими отраслей и сфер экономики
7. Виды цен в зависимости от территории и учета в них транспортных расходов
8. Виды цен на новые товары и методы их определения
9. Виды цен на товары, реализуемые на рынке длительное время
10. Цены в учете и статистике
11. Спрос и цена. Закон спроса
12. Предложение и цена. Закон предложения
13. Взаимодействие цены, спроса и предложения
14. Эластичность спроса и предложения, ее применение
15. Структура рынка. Ценовая и неценовая конкуренция
16. Ценообразование на рынке свободной конкуренции
17. Ценообразование на рынке чистой монополии
18. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции
19. Ценообразование на рынке олигополистической конкуренции
20. Издержки и принципы их группировки
21. Взаимосвязь цены, объема реализованной продукции, издержек и прибыли
22. Методы калькулирования себестоимости
23. Порядок формирования рыночной цены на предприятии
24. Информация, необходимая для принятия решения по ценам
25. Группировка методов ценообразования
26. Цены во внешнеэкономических контрактах
27. Базисные условия ценообразования
28. Цели, содержание и методы государственного регулирования цен
29. Ценовая политика фирмы
30. Особенности формирования тарифов на транспортные услуги
31. Формирование тарифов на коммунальные услуги, оказываемые населению
32. Ценообразование на товарном рынке
33. Ценообразование на финансовом рынке
34. Ценообразование на рынке земли, недвижимости и технологии
35. Ценообразование на рынке труда
36. Взаимосвязь цен и денежного обращения
37. Взаимосвязь цен и кредита
38. Взаимосвязь цен и инфляции
39. Взаимосвязь цен и налогов

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

а) Основная литература:

1. Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебник. - М.: Сер.68 Профессиональное образование (2-е изд., пер. и доп.), 2015 (ЭБС)
2. Шаховская Л.С. Ценообразование: учеб. пособие/Л.С. Шаховская, Н.В. Чигиринская . – М.: Кнорус, 2016. – 258 с. – (Бакалавриат). - Рек. УМО

б) Дополнительная литература:

1. Воронова Н.А. Цены и ценообразование: учебно-практическое пособие. - Барнаул, 2014 (ЭБС)
2. Лев М.Ю. Цены и ценообразование: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080100.62 «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») / Москва, 2015. (Второе издание) (ЭБС)

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

а) электронные образовательные ресурсы (ЭОР):

1. <http://elibrary.ru> – Научная электронная библиотека.
2. <http://www.edu.ru> – Российское образование: федеральный образовательный портал.
3. <http://fsgs.ru> – Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики РФ
4. <http://cbr.ru> – Официальный сайт Центрального банка РФ
5. <http://findirector.ru> - журнал «Финансовый директор»
6. <http://cfin.ru> - «Корпоративные финансы»
7. <http://akdi.ru> - АКДИ «Экономика и жизнь»
8. <http://www.csr.ru> – Центр стратегических разработок

б) электронно-библиотечные системы (ЭБС):

№ п/п	Дисциплина	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность/срок действия договора
1.	«Ценообразование»	http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека.	Воронова Н.А. Цены и ценообразование: учебно-практическое пособие.	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/
2.	«Ценообразование»	http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека.	Баздникин А.С. Цены и ценообразование: Учебник. - М.: Сер.68 Профессиональное образование (2-е изд., пер. и доп.)	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/

3.	«Ценообразование»	http://elibrary.ru – Научная электронная библиотека.	Лев М.Ю. Цены и ценообразование: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки 080100.62 «Экономика» (квалификация (степень) «бакалавр») / Москва, 2015. (Второе издание)	Индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет/
----	-------------------	---	---	--

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

10.1 Общие методические рекомендации по освоению дисциплины «Ценообразование» для обучающихся по направлению 38.03.02 Менеджмент

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент реализация компетентностного подхода предусматривает широкое использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий с целью формирования профессиональных навыков обучающихся.

Основными видами учебной работы являются лекционные, практические/семинарские занятия. Групповое обсуждение и индивидуальные консультации обучающихся в процессе решения учебных задач, в т.ч. посредством телекоммуникационных технологий. Обсуждение конкретных ситуаций. Просмотр и анализ учебных фильмов.

Успешное изучение дисциплины «Ценообразование» предполагает целенаправленную работу обучающихся над освоением ее теоретического содержания, предусмотренного учебной программой, активное участие в подготовке и проведении активных форм учебных занятий. В связи с этим обучающиеся должны руководствоваться рядом методических указаний.

Во-первых, при изучении дисциплины следует опираться и уметь конспектировать лекции, так как в учебниках, как правило, излагаются общепринятые, устоявшиеся научные взгляды.

Во-вторых, обучающийся обязан целенаправленно готовиться к практическим занятиям.

В-третьих, обучающемуся следует внимательно изучить целевую установку по изучаемой дисциплине и квалификационные требования, предъявляемые к подготовке выпускников, рабочую программу и тематический план. Это позволит четко представлять круг изучаемых дисциплиной проблем, ее место и роль в подготовке бакалавра.

В-четвертых, качественное и в полном объеме изучение дисциплины возможно при активной работе в часы самостоятельной подготовки. Обучающийся должен использовать нормативные документы, научную литературу и другие источники, раскрывающие в полном объеме содержание дисциплины. Список основной и дополнительной литературы, сайтов интернета предлагается в рабочей программе. При этом следует иметь в виду, что для глубокого изучения дисциплины необходима литература различных видов:

- а) учебники, учебные и учебно-методические пособия, в том числе и электронные;
- б) справочная литература – энциклопедии, словари, тематические, терминологические справочники, раскрывающие категориально-понятийный аппарат дисциплины.

Изучая учебную литературу, следует уяснить основное содержание той или иной проблемы.

10.2 Методические рекомендации по самостоятельной работе по дисциплине «Ценообразование» для обучающихся по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент

Самостоятельная работа обучающихся (СРС) по дисциплине играет важную роль в ходе всего учебного процесса. Методические материалы и рекомендации для обеспечения СРС содержатся в приложении, а также готовятся преподавателем по отдельным темам и выдаются обучающемуся. Для успешного усвоения курса необходимо не только посещать аудиторные занятия, но и вести активную самостоятельную работу. При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:

- просматривать основные определения и факты;
 - повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
 - изучить рекомендованную основную и дополнительную литературу;
 - самостоятельно выполнять задания для самостоятельной подготовки;
 - использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- Домашнее задание оценивается по следующим критериям:
- Степень и уровень выполнения задания;
 - Аккуратность в оформлении работы;
 - Использование специальной литературы;
 - Сдача домашнего задания в срок.
- Оценивание домашних заданий входит в накопленную оценку.

11. Перечень информационных технологий используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочных систем

В процессе реализации образовательной программы при осуществлении образовательного процесса по дисциплине «Ценообразование» применяются **следующие информационные технологии:**

1. презентационные материалы (слайды по всем темам лекционных и практических занятий);
2. аудио-, видео-, иные демонстрационные средства; проекторы, ноутбуки, персональный компьютер;
3. электронные учебники; словари; периодические издания;

Обучающимся НОУ ВО «ВСИЭМ» обеспечена возможность свободного доступа в электронную информационную образовательную среду (ЭИОС).

Электронная информационно-образовательная среда – это совокупность электронных информационных и образовательных ресурсов, информационных и телекоммуникационных технологий и средств, обеспечивающих освоение студентами образовательных программ.

ЭИОС НОУ ВО «ВСИЭМ» обеспечивает:

- а) доступ к учебным планам, рабочим программам дисциплин (модулей), практик, и к изданиям электронных библиотечных систем и электронным образовательным ресурсам, указанным в рабочей программе;
- б) фиксацию хода образовательного процесса, результатов промежуточной аттестации и результатов освоения программы бакалавриата;
- в) проведение всех видов занятий, процедур оценки результатов обучения, реализация которых предусмотрена с применением электронного обучения, дистанционных образовательных технологий;
- г) формирование электронного портфолио обучающегося, в том числе сохранение работ обучающегося, рецензий и оценок на эти работы со стороны любых участников образовательного процесса;
- д) взаимодействие между участниками образовательного процесса, в том числе синхронное и/или асинхронное взаимодействия посредством сети «Интернет»;
- е) демонстрацию дидактических материалов дисциплины через проектор;

Функционирование электронной информационно-образовательной среды обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих.

Программное обеспечение:

1. Windows 7 Starter Russian Academic OPEN No Level LGG
2. Windows XP Starter DSP OEI
3. Office 2007 Professional Plus
4. Visio 2010 Standard

Передача от ФГБОУ ВО «БГУ» в г. Якутске в счет погашения долга по госконтракту №1490-ОД от 13.12.2010.

Информационно-справочные системы:

Электронная библиотечная система www.biblioclub.ru

Справочно-правовая система «Консультант Плюс» – www.consultant.ru

Информационно-правовое обеспечение «Гарант» – www.garant.ru.)

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Занятия, текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация по дисциплине «Ценообразование» проводится в учебной аудитории № 415 (адрес г.Якутск, Вилюйский тракт, 4 км., д.3), которая предназначена для занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Для проведения занятий предлагаются наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий (презентации по темам интерактивных лекций и практических занятий), обеспечивающие тематические иллюстрации, соответствующие данной программе дисциплины.

Для организации самостоятельной работы обучающихся используется каб. 312.

13. Средства адаптации образовательного процесса по дисциплине к потребностям обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При необходимости в образовательном процессе НОУ ВО «ВСИЭМ» применяются следующие методы и технологии, облегчающие восприятие информации обучающимися инвалидами и лицами с ОВЗ:

- создание текстовой версии любого нетекстового контента для его возможного преобразования в альтернативные формы, удобные для различных пользователей;
- создание контента, который можно представить в различных видах без потерь данных или структуры, предусмотреть возможность масштабирования текста и изображений без потери качества;
- создание возможности для обучающихся воспринимать одну и ту же информацию из разных источников – например, так, чтобы лица с нарушением слуха получали информацию визуально, с нарушением зрения – аудиально;
- увеличение продолжительности сдачи обучающимся инвалидом или лицом с ОВЗ форм промежуточной аттестации по отношению к установленной продолжительности их сдачи: зачет и экзамен, проводимый в письменной форме, - не более чем на 90 мин., проводимый в устной форме – не более чем на 20 мин.,
- продолжительности выступления обучающегося при защите курсовой работы – не более чем на 15 мин.

НОУ ВО «ВСИЭМ» устанавливает конкретное содержание рабочих программ дисциплин и условия организации и проведения конкретных видов учебных занятий, составляющих контактную работу обучающихся с преподавателем и самостоятельную работу обучающихся с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов (при наличии факта зачисления таких обучающихся с учетом конкретных нозологий).

ЛИСТ ДОПОЛНЕНИЙ И ИЗМЕНЕНИЙ
рабочей программы дисциплины
«Ценообразование»

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__-20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой

(подпись, инициалы и фамилия)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__-20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой

(подпись, инициалы и фамилия)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__-20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой

(подпись, инициалы и фамилия)

Рабочая программа дисциплины рассмотрена на заседании кафедры (протокол от _____ №____) и одобрена на заседании Ученого совета (протокол от _____ №____) для исполнения в 20__-20__ учебном году

Внесены дополнения (изменения): _____

Заведующий кафедрой

(подпись, инициалы и фамилия)