

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ИЖЕВСКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе:

*Л.Б. Акмаров* /Л.Б. Акмаров/

20 " 03 20 18 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по факультативу «Ценообразование (продвинутый уровень)»

**Направление подготовки:** «Менеджмент»

**Квалификация выпускника:** магистр

**Форма обучения** - очная, заочная, очно-заочная

Ижевск 2018

## Оглавление

- 1 Наименование дисциплины.
  - 1.1 Цели и задачи дисциплины
  - 2 Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
  - 3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
  - 4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
    - 4.1 Структура и содержание дисциплины (модуля)
    - 4.2 Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий
      - 4.2.3 Матрица формируемых дисциплиной компетенций
      - 4.2.3 Содержание разделов дисциплины (модуля)
    - 4.3 Содержание практических и семинарских занятий
  - 5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
    - 5.1 Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля
    - 5.2 Перечень вопросов для компьютерного тестирования. Входной контроль
    - 5.3. Темы рефератов, докладов, статей и других видов самостоятельной творческой активности студентов (НИРС)
    - 5.4. Вопросы к устному экзамену
  - 6 Образовательные технологии
  - 7 Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (представлен в приложении 1)
  - 8 Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)
    - 8.1 Основная литература
    - 8.2. Дополнительная литература
  - 9 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)
  - 10 Методические указания по освоению дисциплины
  - 11 Перечень информационных технологий, включая перечень информационно-справочных систем (при необходимости)
  - 12 описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)
- Приложения 1  
Лист регистрации изменений

## 1. Наименование дисциплины

### Факультатив «Ценообразование»

#### 1.1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ «Ценообразование (продвинутый уровень)»

**Цель дисциплины** – формирование у студентов комплекса теоретических знаний и практических навыков по основным экономическим аспектам ценообразования на предприятии.

##### **Задачи дисциплины:**

- дать теоретические знания о важнейших категориях, принципах, факторах ценообразования; месте, роли и значении цены в рыночной экономике;
- научить методам формирования цен и проведения ценовой политики предприятия;
- выработать навыки решения проблем ценообразования, возникающих в практической деятельности предприятия.

В результате изучения дисциплины **студент должен:**

##### **знать**

- принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики, систему и виды цен, стратегию и тактику ценообразования, порядок формирования цен на основе учета и изучения требований экономических законов рыночной экономики;

##### **уметь**

- на основе полученных знаний анализировать, прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности проблемы ценообразования.

Область профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, включает:

- управленческую деятельность в организациях любой организационно-правовой формы, в которых выпускники работают в качестве исполнителей или руководителей в различных службах аппарата управления;
- управленческую деятельность в органах государственного и муниципального управления;
- предпринимательскую и организационную деятельность в структурах, в которых выпускники являются предпринимателями, создающими и развивающими собственное дело;
- научно-исследовательскую деятельность в научных организациях, связанных с решением управленческих проблем;
- научно-исследовательскую и преподавательскую деятельность в образовательных организациях высшего образования и организациях дополнительного профессионального образования.

Объектами профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу магистратуры, являются:

- процессы управления организациями различных организационно-правовых форм;
- процессы государственного и муниципального управления;
- научно-исследовательские процессы.

Виды профессиональной деятельности, к которым готовятся выпускники, освоившие программу магистратуры:

- организационно-управленческая;
- аналитическая;
- научно-исследовательская;
- педагогическая.

При разработке и реализации программы магистратуры организация ориентируется на конкретный вид (виды) профессиональной деятельности, к которому (которым) готовится магистр, исходя из потребностей рынка труда, научно-исследовательских и материально-технических ресурсов организации.

Программа магистратуры формируется организацией в зависимости от видов деятельности и требований к результатам освоения образовательной программы:

- ориентированной на научно-исследовательский и (или) педагогический вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа академической магистратуры);

- ориентированной на производственно-технологический, практико-ориентированный, прикладной вид (виды) профессиональной деятельности как основной (основные) (далее - программа прикладной магистратуры).

Выпускник, освоивший программу магистратуры, в соответствии с видом (видами) профессиональной деятельности, на который (которые) ориентирована программа магистратуры, готов решать следующие профессиональные задачи:

организационно-управленческая деятельность:

- разработка стратегий развития организаций и их отдельных подразделений;
- руководство подразделениями предприятий и организаций разных форм собственности, органов государственной и муниципальной власти;
- организация творческих коллективов (команд) для решения организационно-управленческих задач и руководство ими;

аналитическая деятельность:

- поиск, анализ и оценка информации для подготовки и принятия управленческих решений;

- анализ существующих форм организации и процессов управления, разработка и обоснование предложений по их совершенствованию;

- проведение оценки эффективности проектов с учетом фактора неопределенности;

научно-исследовательская деятельность:

- организация проведения научных исследований: определение заданий для групп и отдельных исполнителей, выбор инструментария исследований, анализ их результатов, сбор, обработка, анализ и систематизация информации по теме исследования, подготовка обзоров и отчетов по теме исследования;

- разработка моделей исследуемых процессов, явлений и объектов, относящихся к сфере профессиональной деятельности, оценка и интерпретация полученных результатов;

- выявление и формулирование актуальных научных проблем;

- подготовка обзоров, отчетов и научных публикаций;

педагогическая деятельность:

- преподавание управленческих дисциплин и разработка соответствующих учебно-методических материалов в общеобразовательных и профессиональных организациях, в организациях дополнительного профессионального образования.

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

Выпускник должен обладать следующими компетенциями:

### 2.1 Перечень профессиональных (ПК) компетенций

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и	современные состояние, тенденции и недостатки развития, экономических моделей в сфере	самостоятельно принимать обоснованные (эффективные) управленческие решения в сфере	методикой построения (в том числе обоснования новых) организационно-управленческих моделей в

	изменений и обеспечивать их реализацию	ценообразования	ценообразования	организации (группе организаций, территории) стратегия х.
--	--	-----------------	-----------------	---

### 3 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП

Дисциплина «Ценообразование (продвинутый уровень)» включена в перечень факультативных дисциплин.

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций: ПК-2.

### Содержательно-логические связи дисциплины (модуля) «Ценообразование (продвинутый уровень)»

Содержательно-логические связи	
коды и название учебных дисциплин (модулей), практик	
на которые опирается содержание данной учебной дисциплины (модуля)	для которых содержание данной учебной дисциплины (модуля) выступает опорой
История и методология экономической науки Управленческая экономика	Современный стратегический анализ Корпоративные финансы Экономика и управление собственностью Экономические основы оценки стоимости организаций Оценка инвестиционной привлекательности предприятия  Научно-исследовательская работа, производственная и преддипломная практика

**4 Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

#### 4.1 Структура и содержание дисциплины (модуля)

Общая трудоемкость составляет 2 зач. ед. (72 часа). Из них 36 часов – аудиторная работа, 36 часов – самостоятельная (внеаудиторная), зачет

Для заочной формы обучения трудоемкость составляет 2 зач. ед. (72 часа). Из них 8 часов – аудиторная работа, 60 часов – самостоятельная (внеаудиторная), зачет.

Вид учебной работы, часов	Очная, очно-заочная, формы обучения	Заочная форма обучения
	Семестр	Семестр
	2	4,5
1. Аудиторная работа, всего:	36	8
Лекции	16	2
Практические занятия	20	6
2. Самостоятельная работа студентов (СРС):	36	60
- рефераты		
- контрольная работа		

-самоподготовка (самостоятельное изучение разделов, проработка и повторение лекционного материала, учебников и учебно-методических пособий, подготовка к практическим занятиям и пр.)	36	60
Промежуточная аттестация: зачет		4
Общая трудоемкость дисциплины	72	72

#### 4.2. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических или астрономических часов и видов учебных занятий

##### 4.2.1. Структура дисциплины (очная и очно-заочная формы)

№ п/п	Семестр	Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах)						Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС; -промежуточной аттестации
			всего	лекция	практические	лаб. занятия	семинары	СРС	
<b>1</b>		<b>Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование</b>	<b>40</b>	<b>10</b>	<b>10</b>			<b>20</b>	
	2	Сущность и виды цен. Методология ценообразования	8	2	2			4	
	2	Система ценовых методов	8	2	2			4	Экспресс-опрос на лекции
	2	Калькуляция и структура цены	8	2	2			4	Экспресс-опрос на лекции
	2	Ценовая политика предприятия	8	2	2			4	Экспресс-опрос на лекции
	2	Рыночное ценообразование	8	2	2			4	Экспресс-опрос на лекции
<b>2</b>	<b>2</b>	<b>Модуль 2 Система цен</b>	<b>32</b>	<b>6</b>	<b>10</b>			<b>16</b>	
	2	Классификация цен	6	2	2			2	
	2	Особенности ценообразования на различных типах рыночных структур. Сущность, цели и виды дифференциации цен	8	2	2			4	Контрольное тестирование
	2	Система мировых цен	3	1	-			2	Экспресс-опрос на лекции
	2	Государственное регулирование цен	7	1	2			4	Экспресс-опрос на лекции
	2	Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка	8		4			4	Экспресс-опрос на лекции
<b>Итого</b>			<b>72</b>	<b>16</b>	<b>20</b>			<b>36</b>	<b>Зачет</b>

##### 4.2.2. Структура дисциплины (заочная форма)

№ п/п	Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Виды учебной работы, включая СРС и трудоемкость (в часах)						Форма: -текущего контроля успеваемости, СРС; -промежуточной аттестации
		всего	лекция	практические	лаб. занятия	семинары	СРС	
<b>1</b>	<b>Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование</b>	<b>33</b>	<b>1</b>	<b>2</b>			<b>30</b>	Экспресс-опрос на лекции
<b>2</b>	<b>Модуль 2 Система цен</b>	<b>35</b>	<b>1</b>	<b>4</b>			<b>30</b>	Экспресс-опрос

								на лекции
<b>3</b>	<b>Зачет</b>	<b>4</b>						<b>Сдача зачета</b>
<b>Итого</b>		<b>72</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>60</b>	

#### 4.2.3 Матрица формируемых дисциплиной компетенций

Разделы и темы дисциплины	Кол-во часов	Компетенции ПК-2
<b>Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование</b>	<b>40</b>	<b>+</b>
Сущность и виды цен. Методология ценообразования	8	+
Система ценовых методов	8	+
Калькуляция и структура цены	8	+
Ценовая политика предприятия	8	+
Рыночное ценообразование	8	+
<b>Модуль 2 Система цен</b>	<b>32</b>	<b>+</b>
Классификация цен	6	+
Особенности ценообразования на различных типах рыночных структур. Сущность, цели и виды дифференциации цен	8	+
Система мировых цен	3	+
Государственное регулирование цен	7	+
Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка	8	+
<b>Итого</b>	<b>72</b>	

#### 4.3. Содержание разделов дисциплины (модуля)

№	Название раздела	Содержание раздела в дидактических единицах
	<b>Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование</b>	
1	Сущность и виды цен Методология ценообразования	Понятие, функции цены. Основные ценообразующие факторы. Методология формирования цены.
2	Система ценовых методов	Методы и приемы ценообразования. Отличия методов, особенности их применения субъектами рыночной экономики.
3	Калькуляция и структура цены	Затраты и их классификация. Алгоритм отнесения затрат на готовую продукцию. Калькуляция себестоимости. Статьи и элементы затрат. Распределение накладных издержек
4	Ценовая политика предприятия	Стратегия предприятия, ценообразующие факторы для предприятия, ценовая политика.
5	Рыночное ценообразование	Особенности формирования цен в современных условиях.
	<b>Модуль 2 Система цен</b>	
1	Классификация цен	Виды цен, классификационные признаки группировки цен по признакам.
2	Особенности ценообразования на различных типах рыночных структур. Сущность, цели и виды дифференциации цен	Дифференциация цен в современной экономике. Ценообразование при различных типах конкуренции.
3	Система мировых цен	Формирование цен в международной практике. Виды мировых цен.
4	Государственное регулирование цен	Фиксированные, регулируемые, договорные цены. Инструменты и необходимость регулирования цен государством.
5	Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка	Сбор и анализ информации о ценах. Статистические методы исследования. Использование информации по ценам в планировании и прогнозировании.

#### 4.3.1 Содержание практических и семинарских занятий (очно, очно-заочно/заочно)

№ п/п	№ раздела дисциплины	Тематика практических занятий	Трудоемкость (час.)
		<b>Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование</b>	
1	1	Сущность и виды цен. Методология ценообразования	2/-
2	2	Система ценовых методов	2/-
3	3	Калькуляция и структура цены	2/2
4	4	Ценовая политика предприятия	2/-
5	5	Рыночное ценообразование	2/-
		<b>Модуль 2 Система цен</b>	
1	6	Классификация цен	2/-
2	7	Особенности ценообразования на различных типах рыночных структур. Сущность, цели и виды дифференциации цен	2/-
3	8	Система мировых цен	-
4	9	Государственное регулирование цен	2/2
5	10	Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка	4/2
			<b>20/6</b>

#### 5 Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Рабочая программа дисциплины «Ценообразование (продвинутый уровень)»
2. Инструкция по работе с информационно-справочными системами
3. Задания, приведенные в литературе и порядок их выполнения (по заданию преподавателя)
4. Ценообразование. Учебное пособие для студентов бакалавриата и специалитета./ Н.Б. Пименова, Е.А. Коница, О.И. Рыжкова. - ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2020.  
<http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&download=1&parent=27033&id=41926>

#### 5.1.1. Содержание самостоятельной работы и формы ее контроля

Раздел дисциплины (модуля), темы раздела	Всего часов (очно, очно-заочно/ заочно)		Содержание самостоятельной работы	Форма контроля
<b>Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование</b>				
Сущность и виды цен. Методология ценообразования	4	6	Изучение методических материалов	Экспресс-опрос на лекции
Система ценовых методов	4	6	Решение задач. Изучение методических материалов	Экспресс-опрос на лекции
Калькуляция и структура цены	4	6	Решение задач. Изучение методических материалов	Решение задач
Ценовая политика предприятия	4	6	Решение задач. Изучение методических материалов	Тестирование
Рыночное ценообразование	4	6	Решение задач. Изучение методических материалов	Экспресс-опрос на лекции
<b>Модуль 2 Система цен</b>				
Классификация цен	2	6	Изучение методических материалов	Экспресс-опрос на лекции



Особенности ценообразования на различных типах рыночных структур. Сущность, цели и виды дифференциации цен	4	6	Решение задач. Изучение методических материалов	Тестирование
Система мировых цен	2	6	Изучение методических материалов	Экспресс-опрос на лекции
Государственное регулирование цен	4	6	Изучение нормативных документов и методических материалов	Экспресс-опрос на лекции
Методы исследования ценовой динамики и экономической конъюнктуры рынка	4	6	Работа со статистическими сборниками	Подготовка докладов

## 5.2. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

### 5.2.1 Перечень вопросов для компьютерного тестирования Тема 1

1. Максимизация прибыли - это:

- a) задача государственной ценовой политики;
  - b) задача ценовой политики фирмы;
  - c) задача ценовой стратегии фирмы;
  - d) нет верного ответа.
2. В чем различие понятий «оптовые» и «розничные» цены?
- a) в наличии розничной торговой организации;
  - b) в размере партии продажи товара;
  - c) в категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организации);
  - d) все ответы верны.
3. Перечислите рычаги ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости:
- a) предел норматива рентабельности;
  - b) предел торговой надбавки;
  - c) верхний абсолютный предел цены;
  - d) НДС.
4. Какую задачу призваны решать закупочные цены?
- a) ограничение власти предприятий - монополистов;
  - b) обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям;
  - c) задачи государственной политики;
  - d) максимизация доходов государственного бюджета.
5. Какая функция цены исторически наиболее древняя?
- a) функция стимулирования научно-технического прогресса;
  - b) учетно-измерительная функция;
  - c) функция балансировки спроса и предложения;
  - d) нет верного ответа.
6. Определите цену:
- a) цена - стоимость товара;
  - b) цена - форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена;
  - c) цена - количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги;
  - d) цена - количество денег (других товаров или услуг, величина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги;
  - e) нет верного ответа.
7. В структуру розничной цены входят:
- a) акциз;
  - b) прибыль;
  - c) торговая надбавка;
  - d) себестоимость;
  - e) все ответы верны.
8. Характер цен и методы их определения:
- a) не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
  - b) зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
  - c) сами диктуют форму управления экономикой;
  - d) нет верного ответа.
9. Равновесная цена - это цена, при которой равны:
- a) объем спроса на товар и объем его предложения;
  - b) прибыль и затраты на производства товара;
  - c) объемы реального производства и потенциальные возможности производства;
  - d) нет верного ответа.

10. Для каких типов продукции возможно использование ценовой стратегии «снятие сливок»?
- a) для сырьевых товаров;
  - b) для зерновых культур;
  - c) для модных швейных изделий;
  - d) для молочных продуктов;
  - e) все ответы верны.

### **5.3. Темы для рефератов, докладов, статей и других видов самостоятельной творческой активности студентов (научно-исследовательская работа студентов (НИРС))**

1. Теневая экономика и цены.
2. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
3. Ценообразование и ценовая политика.
4. Ценообразование и ценовая политика в минерально-сырьевом комплексе.
5. Ценообразование на электроэнергию.
6. Ценообразование на тепловую энергию.
7. Регулирование рынка и тарифов транспортных услуг.
8. Формирование тарифов на перевозки железнодорожным транспортом. 9. Тарифы на перевозки морским транспортом. 10. Особенности ценообразования в сфере услуг.
11. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве.
12. Ценообразование на услуги здравоохранения.
13. Ценообразование на образовательные услуги.
14. Цена на рынке труда.
15. Метод трансфертного ценообразования, ориентирующийся на рыночную текущую цену товара.
16. Метод трансфертного ценообразования, ориентирующийся на предельные издержки.
17. Метод трансфертного ценообразования, ориентированный на договорные цены.
18. Основные стратегии ценообразования.
19. Политика цен жизненного цикла товара.
20. Этапы разработки ценовой стратегии.
21. Общая схема расчета цены. 22. Затратные методы ценообразования.
23. Рыночные методы ценообразования.
24. Экономические методы определения цены.
25. Ценообразование во внешней торговле.

### **5.4 Вопросы к устному зачету**

1. Основы теории и методологии ценообразования. Принципы ценообразования.
2. Место и роль цены в системе экономических категорий. Научные подходы к определению цены.
3. Вклад А. Маршалла и Дж. М. Кейнса в теорию ценообразования.
4. Особенности механизма ценообразования в условиях административной системы, в условиях перехода к рынку и в рыночных условиях.
5. Сущность и содержание методологии ценообразования.
6. Функции цены.
7. Принципы ценообразования.
8. Себестоимость промышленной продукции. Калькулирование себестоимости.
9. Сущность и содержание системы цен.
10. Основные классификационные признаки цен.
11. Виды цен по характеру обслуживаемого оборота и структуре.
12. Виды цен по характеру регламентации и режиму действия.

13. Виды цен по уровню утверждения и характеру дифференциации; по роли в планировании, прогнозировании и государственном регулировании.
14. Виды цен по срокам действия. Формула инфляционного скольжения цен.
15. Классификация цен по роли в планировании, прогнозировании и государственном регулировании.
16. Виды цен по способу включения в них транспортных расходов.
17. Свободные и регулируемые цены: их соотношение в условиях рынка.
18. Фиксированные цены и их влияние на состояние экономики.
19. НДС (понятие, плательщики, объекты налогообложения).
20. НДС: операции, не подлежащие налогообложению.

#### 6 Образовательные технологии

Применение мультимедийного оборудования на лекциях компьютерных программ MICROSOFT OFFICE, справочно-информационных систем для самостоятельной работы.

#### 6. Интерактивные образовательные технологии, используемые в аудиторных занятиях

Семестр	Вид занятия (Л, ПР, ЛР)	Используемые интерактивные образовательные технологии	Количество часов
2	Л	На лекциях планируется использование неимитационной технологии (проблемная лекция с мультимедийной демонстрацией основных положений теории)	16
2	ПР	Использование методов статистики. Расчет и оценка показателей деятельности предприятий. Студенты выполняют задания в группах и выступают в роли экспертов.	20
Итого			36

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю) (представлен в приложении 1)

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

##### 8.1 Основная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Количество экземпляров	
					в библиотеке	на кафедре
1	Ценообразование. Учебное пособие для студентов бакалавриата и специалитета.	Н.Б. Пименова, Е.А. Кониная, О.И. Рыжкова	ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2020	1,2 модули	<a href="http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&amp;download=1&amp;parent=27033&amp;id=41926">http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&amp;download=1&amp;parent=27033&amp;id=41926</a>	
2	Ценообразование. Рабочая тетрадь для студентов бакалавриата и специалитета	Н.Б. Пименова	ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА, 2020	1,2 модули	<a href="http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&amp;download=1&amp;parent=27033&amp;id=41942">http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&amp;download=1&amp;parent=27033&amp;id=41942</a>	

##### 8.2 Дополнительная литература

№ п/п	Наименование	Автор(ы)	Год и место издания	Используется при изучении разделов	Количество экземпляров	
					в библиотеке	на кафедре
1	ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ Учебное пособие	Н.Б. Пименова Н.В.	ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА	1,2 модули	<a href="http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&amp;download=1&amp;parent=2703">http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&amp;download=1&amp;parent=2703</a>	

		Горбушина	,2016		3&id=13636
2	Ценообразование : лабораторный практикум : учебно-методическое пособие	Пименова, Н. Б.	ФГБОУ ВО Ижевская ГСХА ,2016	1,2 модули	http://portal.izhgsha.ru/index.php?q=docs&download=1&parent=27033&id=18934

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

Журналы по экономическим наукам - <http://www.medien.ru/ekonomicheskie-zhurnaly#ego1>  
Сайт Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru/minec/main>  
Сайт Министерства экономики УР - <http://economy.udmurt.ru/>

### **10 Методические указания по освоению дисциплины**

Перед изучением дисциплины студенту необходимо ознакомиться с рабочей программой дисциплины, размещенной на портале и просмотреть основную литературу, приведенную в рабочей программе в разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины». Книги, размещенные в электронно-библиотечных системах доступны из любой точки, где имеется выход в «Интернет», включая домашние компьютеры и устройства, позволяющие работать в сети «Интернет». Если выявили проблемы доступа к указанной литературе, обратитесь к преподавателю (либо на занятиях, либо через портал академии).

Для эффективного освоения дисциплины рекомендуется посещать все виды занятий в соответствии с расписанием и выполнять все домашние задания в установленные преподавателем сроки. В случае пропуска занятий по уважительным причинам, необходимо подойти к преподавателю и получить индивидуальное задание по пропущенной теме.

Полученные знания и умения в процессе освоения дисциплины студенту рекомендуется применять для решения своих задач, не обязательно связанных с программой дисциплины.

Владение компетенциями дисциплины в полной мере будет подтверждаться Вашим умением ставить конкретные задачи по экономической оценке инвестиций, а также выявлять существующие проблемы.

Полученные при изучении дисциплины знания, умения и навыки рекомендуется использовать при выполнении курсовых и дипломных работ(проектов), а также на учебных и производственных практиках.

### **11.Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)**

Поиск информации в глобальной сети Интернет  
Работа в электронно-библиотечных системах  
Работа в ЭИОС вуза (работа с порталом и онлайн-курсами в системе moodle.izhgsha.ru)  
Мультимедийные лекции  
Работа в компьютерном классе  
Компьютерное тестирование

*При изучении учебного материала используется комплект лицензионного программного обеспечения следующего состава:*

1. Операционная система: Microsoft Windows 10 Professional. Подписка на 3 года. Договор № 9-БД/19 от 07.02.2019. Последняя доступная версия программы. AstraLinuxCommonEdition. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.
2. Базовый пакет программ Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint). Microsoft Office Standard 2016. Бессрочная лицензия. Договор №79-ГК/16 от 11.05.2016. Microsoft Office Standard 2013. Бессрочная лицензия. Договор №0313100010014000038-0010456-01 от 11.08.2014.

MicrosoftOfficeStandard 2013.Бессрочнаялицензия. Договор №26 от 19.12.2013.  
MicrosoftOfficeProfessionalPlus 2010.Бессрочнаялицензия. Договор №106-ГК от 21.11.2011.  
Р7-Офис. Договор №173-ГК/19 от 12.11.2019 г.

3. Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «КонсультантПлюс». Соглашение № ИКП2016/ЛСВ 003 от 11.01.2016 для использования в учебных целях бессрочное. Обновляется регулярно. Лицензия на все компьютеры, используемые в учебном процессе.

*Обучающимся обеспечен доступ (удаленный доступ) к следующим современным профессиональным базам данных и информационным справочным системам:*

Информационно-справочная система (справочно-правовая система) «КонсультантПлюс».

## **12.Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)**

Тип аудитории	Наименование помещений для проведения всех видов учебной деятельности, предусмотренной учебным планом, в том числе помещения для самостоятельной работы
Лекции	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации . Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: переносной компьютер, проектор, доска, экран, наборы демонстрационного оборудования и учебно-наглядных пособий.
Практики	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации . Аудитория, укомплектованная специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории: переносной компьютер, проектор, доска, экран.
Самостоятельная работа	Помещение для самостоятельной работы. Помещение оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.
Общее помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Фонд оценочных средств по факультативу «Ценообразование»  
(приложение к рабочей программе дисциплины)

**1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы**

**1.1 Паспорт фонда оценочных средств**

Контролируемые модули (разделы, темы, дисциплины)	Код контролируемой компетенции	Оценочные средства		Способ контроля
		Наименование	№.№ заданий	
Модуль 1 Модуль 1. Понятие цен. Ценообразование	ПК-2	Тест по темам	1-5	Письменно
	ПК-2	Вопросы к темам, задачи	1-5 1-7	Письменно
Модуль 2. Классификация цен	ПК-2	Тест по темам	6-7	Письменно
	ПК-2	Вопросы к темам, эссе	1-5	Устно. Письменно

**1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

В процессе освоения дисциплины студент осваивает и развивает следующие компетенции:

- способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию (ПК-2);

В результате изучения дисциплины студент должен:

**знать**

– принципы, факторы и методы формирования цен и проведения ценовой политики, систему и виды цен, стратегию и тактику ценообразования, порядок формирования цен на основе учета и изучения требований экономических законов рыночной экономики;

**уметь**

– на основе полученных знаний анализировать, прогнозировать и решать возникающие в практической деятельности проблемы ценообразования.

**Таблица 1.2 - Перечень компетенций с указанием этапов их формирования**

Номер/индекс компетенции	Содержание компетенции (или ее части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны:		
		Знать	Уметь	Владеть
ПК-2	способностью разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений и обеспечивать их реализацию	современные состояние, тенденции и недостатки развития, экономических моделей в сфере ценообразования	самостоятельно принимать обоснованные (эффективные) управленческие решения в сфере ценообразования	методикой построения (в том числе обоснования новых) организационно-управленческих моделей в организации (группе организаций, территории) стратегиях.

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

**Таблица 1.4 – Показатели и критерии определения уровня сформированности компетенций**

Код компетенции	Содержание компетенции и в соответствии с ФГОС ВО	Критерии оценивания компетенций на различных этапах их формирования	Показатели результатов обучения по уровням освоения материала		
			Удовлетворительно	Хорошо	Отлично
ПК-2	способность	<b>Знать:</b>	- основные	- основные	методы, приемы



ю разрабатывать корпоративную стратегию, программы организационного развития и изменений, обеспечивать их реализацию	современные состояние, тенденции и недостатки развития, экономических моделей в сфере ценообразования	этапы ценообразования в разрабатываемых стратегиях;	этапы процесса принятия стратегических решений в разрабатываемых стратегиях;	разработки и критерии выбора стратегических управленческих решений в условиях неопределенности и риска;
	<b>Уметь:</b> самостоятельно принимать обоснованные (эффективные) управленческие решения в сфере ценообразования	- разрабатывать альтернативные варианты стратегических управленческих решений в разрабатываемых стратегиях;	- разрабатывать альтернативные варианты стратегических управленческих решений в разрабатываемых стратегиях; - обосновывать выбор оптимального варианта системы стратегических решений в разрабатываемых стратегиях;	- разрабатывать альтернативные варианты стратегических управленческих решений в разрабатываемых стратегиях; - обосновывать выбор оптимального варианта системы стратегических решений в разрабатываемых стратегиях; - применять системный и ситуационный подходы в разработке стратегических управленческих решений в стратегиях;
	<b>Владеть:</b> методикой построения (в том числе обоснования новых) организационно-управленческих моделей в организации (группе организаций, территории) стратегиях.	- применением различных моделей разработки стратегических управленческих решений при разработке стратегий;	- анализом внутренней и внешней среды и оценкой ее влияния на реализацию альтернатив стратегических управленческих решений в разрабатываемых стратегиях;	- анализом внутренней и внешней среды и оценкой ее влияния на реализацию альтернатив стратегических управленческих решений в разрабатываемых стратегиях; - анализом альтернатив действий в разрабатываемых стратегиях.

Показателями уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования являются:

**1-й этап (уровень знаний):**

- Умение отвечать на основные вопросы и тесты на уровне понимания сути
- Умение грамотно рассуждать по теме задаваемых вопросов
- Умение формулировать проблемы по сути задаваемых вопросов

**2-й этап (уровень умений):**

- Умение решать простые задачи с незначительными ошибками
- Умение решать задачи средней сложности
- Умение решать задачи повышенной сложности, самому ставить задачи

**3-й этап (уровень владения навыками):**

- Умение формулировать и решать задачи из разных разделов с незначительными ошибками

- Умение находить проблемы, решать задачи повышенной сложности
- Умение самому ставить задачи, находить недостатки и ошибки в решениях

На основании приведенных показателей уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования определяется методика оценивания уровня сформированности компетенций в целом по дисциплине:

- оценка «удовлетворительно» ставится студенту, посредством (неплохо – однако имеются серьезные недочеты, результаты удовлетворяют минимальным требованиям) овладевшему элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему знания, умения и владения по основному программному материалу по дисциплине «Ценообразование» в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допускающему неточности в соответствующих ответах на экзамене;

- оценка «хорошо» ставится студенту, овладевшему (хорошо – в целом серьезная работа, но с рядом замечаний, очень хорошо – выше среднего уровня, но с некоторыми недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему полные знания, умения и владения по всему программному материалу по дисциплине «Ценообразование», освоившему основную рекомендуемую литературу, показавшему стабильный характер знаний, умений, навыков и способному к их самостоятельному применению, обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;

результаты с незначительными недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему глубокие знания, всестороннее умение и владение навыками по всему программному материалу по дисциплине «Ценообразование», освоившему основную и дополнительную литературу, показавшему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний, приобретенных умений и навыков.

- оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, не овладевшему (требуется выполнение некоторой дополнительной работы или значительного объема работы, либо повтора курсы в установленном порядке, либо основание для отчисления) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть допустившему существенные проблемы в знаниях, умениях и навыках по основному программному материалу по дисциплине «Ценообразование», допустившему принципиальные ошибки в соответствующих ответах на экзамене, которые не позволяют ему продолжить обучение без дополнительной подготовки по данной дисциплине;

- оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» до «отлично»;
- оценка «не зачтено» соответствует критериям оценки «неудовлетворительно».

### **3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы**

1. Максимизация прибыли - это:

- e) задача государственной ценовой политики;
- f) задача ценовой политики фирмы;
- g) задача ценовой стратегии фирмы;
- h) нет верного ответа.

2. В чем различие понятий «оптовые» и «розничные» цены?

- e) в наличии розничной торговой организации;
- f) в размере партии продажи товара;
- g) в категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организации);
- h) все ответы верны.

3. Перечислите рычаги ценового регулирования в порядке убывания степени их жесткости:

- e) предел норматива рентабельности;
- f) предел торговой надбавки;
- g) верхний абсолютный предел цены;
- h) НДС.

4. Какую задачу призваны решать закупочные цены?

- e) ограничение власти предприятий - монополистов;
- f) обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям;
- g) задачи государственной политики;
- h) максимизация доходов государственного бюджета.

5. Какая функция цены исторически наиболее древняя?
- e) функция стимулирования научно-технического прогресса;
  - f) учетно-измерительная функция;
  - g) функция балансировки спроса и предложения;
  - h) нет верного ответа.
6. Определите цену:
- f) цена - стоимость товара;
  - g) цена - форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена;
  - h) цена - количество денег, за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги;
  - i) цена - количество денег (других товаров или услуг, величина процента), за которое продавец согласен продать, а покупатель купить единицу товара или услуги;
  - j) нет верного ответа.
7. В структуру розничной цены входят:
- f) акциз;
  - g) прибыль;
  - h) торговая надбавка;
  - i) себестоимость;
  - j) все ответы верны.
8. Характер цен и методы их определения:
- e) не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
  - f) зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
  - g) сами диктуют форму управления экономикой;
  - h) нет верного ответа.
9. Равновесная цена - это цена, при которой равны:
- e) объем спроса на товар и объем его предложения;
  - f) прибыль и затраты на производства товара;
  - g) объемы реального производства и потенциальные возможности производства;
  - h) нет верного ответа.
10. Для каких типов продукции возможно использование ценовой стратегии «снятие сливок»?
- f) для сырьевых товаров;
  - g) для зерновых культур;
  - h) для модных швейных изделий;
  - i) для молочных продуктов;
  - j) все ответы верны.

*Тестовые задания Тема 2*

1. Что относится к методике ценообразования?
- a) определение цен на новый вид продукции;
  - b) учет затрат труда;
  - c) затратное ценообразование;
  - d) система скидок;
  - e) нет верного ответа.
2. Активное ценообразование - это:
- a) установление цен только на основании затратного ценообразования или только под влиянием ценовых решений конкурентов;
  - b) установление цен в рамках политики управления сбытом с целью достижения наиболее выгодных объемов продаж, средних затрат на производство и целевого уровня прибыли;
  - c) ориентация на действующие рыночные цены;
  - d) все ответы верны.
3. К принципам ценообразования относятся:

- a) научное обоснование цен;
- b) непрерывность процесса ценообразования;
- c) обязательный учет налогов;
- d) единство процесса ценообразования и контроля за соблюдением цен;
- e) все ответы верны.

4. Ценностное ценообразование - это:

- a) подход, задача которого состоит в том, чтобы удовлетворять клиента;
- b) подход, который основан на принципах ценовой конкуренции;
- c) методология ценообразования, которую используют лидеры того или иного товарного рынка, применяющие научные достижения маркетинга, обладающие обширной информацией о рыночных ценах, своих и чужих затратах, о поведении и предпочтении потребителя;
- d) установление цен таким образом, чтобы это обеспечивало предприятию получение большей прибыли за счет достижения выгодного для него соглашения потребительной ценности товара и затрат на его производство;
- e) нет верного ответа.

5. К основным приемам ценообразования относятся:

- a) ценообразования с ориентацией на прибыль;
- b) ценообразование с ориентацией на издержки;
- c) ценообразование с ориентацией на спрос;
- d) ценообразование с ориентацией на конкуренцию;
- e) все ответы верны.

6. Определите порядок этапов процесса ценообразования:

- a) анализ издержек;
- b) анализ цен конкурентов;
- c) выбор метода ценообразования;
- d) выбор цели;
- e) определение спроса;
- f) установление окончательной цены.

7. Анализ цен конкурентов необходим предприятию, чтобы:

- a) закупить товары фирм конкурентов;
- b) провести сравнительный анализ цен товаров и их качества с ценами и качеством товаров конкурирующих фирм;
- c) использовать полученную информацию как исходную для ценообразования;
- d) определить свое место среди конкурентов;
- e) все ответы верны.

8. К методам ценностного ценообразования относятся:

- a) установление цены «снятия сливок»;
- b) расчёт цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
- c) средние издержки плюс прибыль;
- d) установление цены на основе ощущаемой ценности товара;
- e) установление цены на основании уровня текущих цен;
- f) нет верного ответа.

9. На величину спроса на товар влияют следующие факторы:

- a) доход потребителя;
- b) цена товара;
- c) сезонность;
- d) мода;
- e) потребительские предпочтения;
- f) цены на товары-заменители;
- g) все ответы верны.

10. Оптимально возможная окончательная цена должна:
- a) полностью возмещать все издержки производства, распределения и сбыта товара;
  - b) обеспечивать получение определённой нормы прибыли;
  - c) быть округленной до целого числа цифрой;
  - d) все ответы верны.
  - e) **Тема 3**

*Тестовые задания*

1. Норма прибыли определяется исходя из:
- a) розничной цены;
  - b) производственной себестоимости;
  - c) полной себестоимости;
  - d) величины косвенных налогов;
  - e) все ответы верны.
2. Определение цен с ориентацией на сумму покрытия по сути связано с:
- a) методом целевой прибыли;
  - b) методом полных издержек;
  - c) методом прямых издержек;
  - d) методом «баллов»;
  - e) нет верного ответа.
3. Для определения нижней границы цены наиболее приемлем:
- a) метод целевой прибыли;
  - b) метод полных издержек;
  - c) метод прямых издержек;
  - d) метод «баллов»;
  - e) нет верного ответа.
4. При определении цены единицы продукции с помощью метода прямых затрат большое значение имеет:
- a) зарплата управленческого персонала;
  - b) объем предложения продукции;
  - c) эластичность спроса по цене;
  - d) различные налоги и сборы;
  - e) все ответы верны.
5. Если менеджер предприятия, определяя ценовую политику, исходит из возможных, по его мнению, рыночных цен, а также из того, что объему продукции, необходимому для получения целевой прибыли при заданной цене, противостоит критический объем продаж, то он использует:
- a) метод целевой прибыли;
  - b) метод полных издержек;
  - c) метод прямых издержек;
  - d) метод «баллов»;
  - e) нет верного ответа.
6. Если предприятия одной отрасли используют метод полных издержек, то в рамках этой отрасли развита:
- a) ценовая конкуренция;
  - b) неценовая конкуренция;
  - c) ценовая дискриминация;
  - d) ценовая война;
  - e) нет верного ответа.
7. «Товар должен продаваться по цене в 2,5 раза выше переменных затрат». Это выражает суть такого метода ценообразования как:
- a) метод целевой прибыли;

- b) метод полных издержек;
  - c) метод прямых издержек;
  - d) метод «баллов»;
  - e) нет верного ответа.
8. Если цена находится в зависимости от относительной цены того или иного параметра изделия, то это:
- a) метод целевой прибыли;
  - b) метод полных издержек;
  - c) метод прямых издержек;
  - d) метод «баллов»;
  - e) нет верного ответа.
9. К методам ценообразования с ориентацией на спрос относятся:
- a) определение цены на основе реакции покупателей;
  - b) метод эквивалентности;
  - c) определение цены на основе теста ее класса;
  - d) метод «баллов»;
  - e) определение цены на основе построения графика спроса;
  - f) метод удельной цены;
  - g) определение тендерной цены;
  - h) все ответы верны.
10. При формировании ценовой политики предприятие ориентируется на текущие цены рынка, если оно использует:
- a) ценообразование с ориентацией на спрос;
  - b) ценообразование с ориентацией на конкуренцию;
  - c) ценообразование с ориентацией на конкурентов;
  - d) дифференциацию цен;
  - e) нет верного ответа.

#### *Тема 4*

##### *Тестовые задания*

1. В состав розничной цены входят элементы:
- a) акциз;
  - b) скидка с цены;
  - c) комиссионное вознаграждение;
  - d) себестоимость;
  - e) налог на добавленную стоимость;
  - f) прибыль;
  - g) все ответы верны.
2. В состав себестоимости входят:
- a) сырьё и материалы;
  - b) топливо и энергия на технологические цели;
  - c) заработная плата рабочих;
  - d) налог на добавленную стоимость;
  - e) общепроизводственные расходы;
  - f) общехозяйственные расходы;
  - g) коммерческие расходы;
  - h) все ответы верны.
3. В состав производственной себестоимости входят:
- a) сырьё и материалы;
  - b) коммерческие расходы;

- c) топливо и энергия на технологические цели;
- d) заработная плата рабочих;
- e) расходы на рекламу;
- f) начисления на заработную плату рабочих;
- g) расходы на упаковку;
- h) все ответы верны.

4. Для расчёта величины прибыли с использованием норматива рентабельности в качестве базы принимается:

- a) розничная цена;
- b) производственная себестоимость;
- c) акциз;
- d) полная себестоимость;
- e) нет верного ответа.

5. Какие косвенные налоги уплачивают субъекты хозяйственной деятельности?

- a) налог с продаж;
- b) акцизный сбор;
- c) единый социальный налог;
- d) налог на добавленную стоимость;
- e) все ответы верны.

6. Какие налоги включают в себестоимость?

- a) налог на пользователей автомобильных дорог;
- b) налог на добавленную стоимость;
- c) единый социальный налог;
- d) налог с владельцев транспортных средств;
- e) земельный налог;
- f) все ответы верны.

7. Торговая надбавка - это:

- a) разность между рыночной ценой реализации и ценой покупки, по которой этот товар приобретается у товаропроизводителя или другой более крупной торговой организации;
- b) результат торговой деятельности;
- c) цена услуг торгового посредника;
- d) сумма издержек обращения, прибыли и НДС;
- e) нет верного ответа.

8. К издержкам обращения относятся:

- a) затраты на доставку, хранение, сортировку, упаковку;
- b) затраты на обслуживание денежного оборота;
- c) затраты на ведение бухучета;
- d) расходы на топливо и электроэнергию;
- e) затраты на рекламу;
- f) расходы на маркетинговые исследования;
- g) все ответы верны.

9. Торговая надбавка содержит элементы:

- a) прибыль посредника;
- b) начисления на заработную плату производственных рабочих;
- c) издержки обращения;
- d) налог на добавленную стоимость;
- e) все ответы верны.

10. Розничная цена отличается от отпускной цены производителя:

- a) на величину торговой надбавки;

- b) на величину НДС;
- c) на величину прибыли торговой организации;
- d) нет верного ответа.

Тема 5

Тестовые задания

1. Ценовая политика фирмы - это:

- a) набор конкретных практических мер по управлению ценами на продукцию предприятия, которые используются для устранения деформаций, возникающих в деятельности предприятия и отрасли вследствие непредвиденных изменений цен на рынке, поведения конкурентов, ошибок управляющего персонала и т.п.;
- b) важная часть общей хозяйственной политики предприятия, непосредственно входит в раздел рыночной стратегии и обеспечивает адаптацию фирмы к меняющимся экономическим условиям;
- c) стратегия ценообразования, которая содержит в себе договорные мероприятия по установлению и изменению цен на протяжении длительного периода времени;
- d) тактика ценообразования;
- e) все ответы верны.

2. Если вкусы потребителей неожиданно изменились и пользу морепродуктов и одновременно произошло улучшение технологии их обработки, то это приведет к:

- a) сдвигу вправо кривых спроса и предложения и увеличению цены и объема;
  - b) сдвигу вправо кривых спроса и предложения и увеличению объема;
  - c) сдвигу вправо кривых спроса и предложения и уменьшению цены и объема;
  - d) сдвигу влево кривых спроса и предложения и уменьшению цены и объема;
- нет верного ответа.

3. Целью фирмы может являться:

- a) максимизация прибыли;
- b) максимизация оборота;
- c) стабилизация цен, объемов, состояния на рынке;
- d) все ответы верны.

4. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- a) стратегии проникновения на рынок;
- b) стратегии нейтрального ценообразования;
- c) стратегии следования за лидером;
- d) нет верного ответа.

5. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- a) стратегии проникновения на рынок;
- b) стратегии премиального ценообразования;
- c) стратегии следования за лидером;
- d) стратегии справедливого ценообразования;
- e) нет верного ответа

6. На стадии роста продаж жизненного цикла изделия:

- a) затраты растут;
- b) конкуренция отсутствует;
- c) потребители не чувствительны к изменению цены;
- d) возможно применение и стратегии высоких цен, и средних, и низких;
- e) все ответы верны.

7. К основным приемам ценообразования, которые может использовать предприятие, относятся:

- a) ценообразования с ориентацией на прибыль;
- b) ценообразование с ориентацией на издержки;
- c) ценообразование с ориентацией на спрос;
- d) ценообразование с ориентацией на конкуренцию;



- e) все ответы верны.
8. К тактике ценообразования относятся:
- a) скидки;
  - b) установление сезонных цен;
  - c) надбавки;
  - d) ценовые подарки;
  - e) все ответы верны.
9. Когда продавцы платят акцизный налог за каждую продаваемую единицу товара, то:
- a) продавцам всегда удается полностью переложить налог на потребителя;
  - b) продавцы уплачивают основную часть налога, если предложение эластично, а спрос неэластичен;
  - c) покупатели несут на себе основную тяжесть налогообложения, если кривая предложения эластична, а спрос неэластичен;
  - d) тяжесть налогообложения, как правило, делится пополам между продавцами и покупателями;
  - e) нет верного ответа.
10. К целям ценовой политики предприятия относятся:
- a) обеспечение выживаемости фирмы;
  - b) установление предприятием на ряд лет стабильного дохода, соответствующего размеру средней прибыли;
  - c) увеличение объема реализации для снижения относительных издержек производства и сбыта;
  - d) максимизация прибыли;
  - e) цель, основанная на удержании рынка;
  - f) стремление к быстрому получению первоначальной прибыли, так как предприятие не уверено в развитии бизнеса;
  - g) нет верного ответа.

## Тема 6

### Тестовые задания

1. Какая информация необходима для принятия решения по ценам?
- a) емкость рынка товара;
  - b) сегмент рынка;
  - c) потребители товара;
  - d) конкуренты;
  - e) структура затрат;
  - f) все ответы верны.
2. Стратегия премиального ценообразования - это:
- a) стратегия средних цен;
  - b) стратегия целевой прибыли;
  - c) стратегия «снятия сливок»;
  - d) нет верного ответа.
3. При каких условиях возможна стратегия высоких цен?
- a) спрос на товар выше предложения;
  - b) предложения товара выше спроса на него;
  - c) конкуренция ограничена;
  - d) высокое качество товара;
  - e) высокая эластичность спроса по цене;
  - f) нет верного ответа.
4. Какую цель преследует использование стратегии низких цен?
- a) максимизация прибыли;

- b) избежание банкротства;
  - c) дозагрузка производственных мощностей;
  - d) быстрое проникновение на рынок;
  - e) все ответы верны.
5. При реализации какой ценовой стратегии объем продаж и цены могут меняться, но постоянно должен обеспечиваться запланированный размер прибыли?
- a) стратегия конкурентных цен;
  - b) стратегия неизменных цен;
  - c) стратегия целевых цен;
  - d) стратегия «снятия сливок»;
  - e) стратегия «неокругленных цен»;
  - f) нет верного ответа.
6. Стратегия цены на новый товар в рамках его жизненного цикла может предусматривать:
- a) постепенное снижение высокой цены введения на рынок нового продукта;
  - b) постепенное повышение низкой цены введения на рынок нового продукта;
  - c) постоянное поддержание ценового лидерства;
  - d) регулярное снижение и повышение цены;
  - e) пульсирующий характер изменения цены;
  - f) все ответы верны.
7. К стратегиям конкурентного ценообразования относятся:
- a) ценовое лидерство;
  - b) стратегия скидок;
  - c) ценовая война;
  - d) льготное ценообразование;
  - e) следование за ценой;
  - f) все ответы верны.
8. Ценообразование на побочные продукты является:
- a) стратегией цен на товары, связанные с точки зрения спроса;
  - b) стратегией цен на товары в рамках одной ассортиментной группы;
  - c) стратегией цен на товары, связанные с точки зрения затрат;
  - d) нет верного ответа.
9. Стратегия гибких цен используется чаще всего продавцами:
- a) кондитерских изделий;
  - b) ювелирных изделий;
  - c) сложного промышленного оборудования;
  - d) обуви;
  - e) антиквариата;
  - f) все ответы верны.
10. Ограничение диапазона цен связано с:
- a) льготным ценообразованием;
  - b) стратегией гибких цен;
  - c) ценовыми линиями;
  - d) географическим фактором;
  - e) нет верного ответа.

## Тема 7

### Тестовые задания

1. Совершенная ценовая дискриминация имеет место в том случае, когда:

- a) на все единицы однородного товара устанавливается конкретная цена, равная цене предложения;
- b) на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена таким образом, что излишек полностью остается у покупателей;
- c) на каждую единицу однородного товара устанавливается своя цена, равная цене спроса и весь излишек изымается монополистом;
- d) устанавливается цена так, что все единицы товара, по которым цена спроса превышает определенный уровень цен, реализуются по некоторой цене  $P_n$ ;
- e) нет верного ответа.

2. Какое из следующих утверждений правильно относительно фирмы, максимизирующей прибыль и имеющей монопольную власть?

- a) она установит цену, которая равна ее предельным затратам;
- b) она установит цену, которая меньше, чем предельные затраты, но больше, чем средние затраты;
- c) она установит цену, которая выше предельной выручки;
- d) она не назначит цену, при которой эластичность спроса больше, чем эластичность предложения;
- e) нет верного ответа.

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

- a) группа взаимодополняемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
- b) группа взаимодополняемых товаров производится небольшим числом независимых друг от друга производителей;
- c) группа взаимозаменяемых товаров производится большим числом независимых друг от друга производителей;
- d) все товары производятся в условиях конкуренции;
- e) нет верного ответа.

4. Олигополия - это такая рыночная структура, при которой:

- a) в отрасли имеется незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;
- b) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;
- c) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель;
- d) в отрасли один продавец и несколько покупателей, товар однороден;
- e) нет верного ответа.

5. В группу условий совершенной конкуренции не входит условие:

- a) имеется много продавцов и покупателей, и каждому продавцу принадлежит лишь малая доля всего объема этого товара;
- b) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателей;
- c) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
- d) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль и нет препятствий для выхода из отрасли;
- e) нет верного ответа.

6. К предпосылкам лидерства доминирующей фирмы относят:

- a) преимущество в издержках;
- b) многолетний опыт работы на рынке;
- c) высокое качество продукта с точки зрения рынка;
- d) координация деятельности фирм, заключивших соглашение;
- e) все ответы верны.

7. К неценовым барьерам доминирующей фирмы относят:

- a) дополнительные инвестиции в оборудование;
- b) дифференциация продукта;

- c) стратегическая вертикальная интеграция и вертикальные ограничения;
  - d) экономия на масштабе;
  - e) все ответы верны.
8. Ценовая дискриминация связана с:
- a) продажей одного и того же товар на разных рынках;
  - b) дифференциацией цен в зависимости от качества товаров и дополнительных услуг;
  - c) различием в издержках производства товаров;
  - d) обособлением рынков друг от друга географическими или тарифными барьерами;
  - e) разной реакцией спроса на изменения цены на обособленных рынках;
  - f) нет верного ответа.
9. Естественная монополия характеризуется тем, что:
- a) с ростом объема производства средние затраты в длительном периоде снижаются на широком диапазоне изменения объемов выпуска продукции;
  - b) с ростом объемов производства предельные затраты в коротком периоде равны общим;
  - c) она возникает стихийно, а о создании искусственной договариваются конкретные фирмы;
  - d) с ростом объема производства постоянные затраты в длительном периоде увеличиваются;
  - e) нет верного ответа.
10. Важная черта, которая отличает монополистическую конкуренцию от совершенной конкуренции, состоит в том, что:
- a) имеются серьезные барьеры для вхождения на рынок монополистической конкуренции;
  - b) конкурирующие фирмы продают дифференцированный товар, а не однородный;
  - c) в длительном периоде в условиях монополистической конкуренции фирмы получают экономическую прибыль;
  - d) конкурирующие фирмы продают уникальные товары;
  - e) нет верного ответа.

## Тема 8

### Тестовые задания

1. Какие условия необходимы для проведения ценовой дискриминации?
- a) несовершенный тип конкуренции на рынке;
  - b) производитель (продавец) обладает достаточной властью на рынке;
  - c) различная величина расходов по доставке продукта до разных покупателей;
  - d) сегменты рынка структурированы так, что невозможен арбитраж между ними;
  - e) эластичность спроса по цене различна у разных групп покупателей;
  - f) все ответы верны.
2. Дифференциация продукта:
- a) это способы выделения фирмой своего продукта из общей массы аналогичных продуктов;
  - b) это средство конкуренции между фирмами;
  - c) препятствует тому, что единый рынок распадается на отдельные, сравнительно самостоятельные части (узкие сегменты рынка);
  - d) осуществляется с целью сохранения спроса на продукты фирмы и с помощью приверженности к торговой марке для увеличения объема продаж продукта или поддержания его на постоянном уровне;
  - e) нет верного ответа.
3. К потребительским признакам дифференциации цен относятся:
- a) возраст;
  - b) канал сбыта;
  - c) доход и образование;
  - d) профессиональные признаки;

е) все ответы верны.

4. К факторам, усиливающим региональную дифференциацию цен, относятся:

а) валютный курс;

б) снижение транспортных расходов;

с) региональные различия в поведении и предпочтениях потребителей, затратах производства, конкуренции;

д) ослабление торговых барьеров;

е) глобализация рынков;

ф) развитие коммуникаций/информации;

г) инфляция;

h) налоги;

і) все ответы верны.

5. Какую стратегию может выбрать предприятие, если на рынке действуют факторы гармонизации, которые выравнивают цены?

а) все цены снизить до определенного нижайшего уровня;

б) все цены поднять на самый высокий уровень;

с) создать «коридор цен»;

д) нет верного ответа.

6. К краткосрочному временному изменению цен относится:

а) рестораны ежедневно на несколько часов снижают цены для ранних посетителей;

б) включение средней величины транспортных расходов сельскохозяйственного предприятия в цену;

с) розничные продавцы предоставляют на определенное время скидки розничным покупателям;

д) предприятия проводят распродажи;

е) все ответы верны.

7. Если повышение спроса на продукт А приводит к снижению спроса на продукт В, то:

а) продукты А и В являются независимыми;

б) продукты А и В являются взаимодополняющими;

с) продукты А и В являются взаимозаменяемыми;

д) нет верного ответа.

8. Какие факторы влияют на ценообразование на однородную группу продукции со схожими признаками?

а) сегментирование по сферам применения;

б) сегментация рынка по каналам сбыта;

с) горизонтальное замещение;

д) доходы потребителей;

е) различные спецификации;

ф) нет верного ответа.

9. Связанная цена может принимать следующие формы:

а) цена «снятия сливок»;

б) связанная сделка;

с) бонус;

д) «психологическая» цена;

е) перекрещиваемые купоны;

ф) все ответы верны.

10. Нелинейное ценообразование - это форма дифференциации цен:

а) по типу потребителя;

б) по географическому признаку;

с) по количеству купленного товара;

д) нет верного ответа.

## Тема 9

### Тестовые задания

1. Мировые цены - это цены:
  - a) важнейших экспортеров, относящиеся к обычным, крупным, регулярным, отдельным операциям, осуществляемым в условиях открытого торгового-политического режима с платежом в СКВ;
  - b) важнейших импортеров, относящиеся к обычным, крупным, регулярным, отдельным операциям, осуществляемым в условиях открытого торгового-политического режима с платежом в СКВ;
  - c) важнейших экспортеров или импортеров либо центров мировой торговли, относящиеся к обычным, крупным, регулярным, отдельным операциям, осуществляемым в условиях открытого торгового-политического режима с платежом в СКВ;
  - d) нет верного ответа.
2. Сколько видов мировых цен, исходя из особенностей ценообразования, Вы знаете?
  - a) 2;
  - b) 3;
  - c) 5;
  - d) нет верного ответа.
3. При установлении мировых цен на сырье основную роль играют:
  - a) внутренние цены и издержки;
  - b) ценовые скидки;
  - c) цены ТНК;
  - d) соотношение спроса и предложения на соответствующих рынках;
  - e) все ответы верны.
4. Могут ли мировые цены устанавливаться на основе биржевых котировок и цен аукционов?
  - a) да, могут;
  - b) нет, не могут;
  - c) могут устанавливаться на основе биржевых котировок;
  - d) могут устанавливаться на основе цен аукционов.
5. Публичная цена - это:
  - a) цена, выше номинала на определенную величину;
  - b) цена на товар, продаваемый в личное потребление в малых, единичных количествах;
  - c) цена, сообщаемая в специальных фирменных источниках информации с целью учета и анализа конъюнктуры на мировом рынке;
  - d) нет верного ответа.
6. Расчетная цена - это:
  - a) цена, которая индивидуально определяется фирмами-экспортерами на конкретные виды произведенных товаров в соответствии с различными методиками;
  - b) часть цены товара, обусловленная издержками производства, равная сумме издержек производства и прибыли производителя (без включения издержек обращения);
  - c) цена товара, при которой производитель может покрывать свои издержки; цена, равная издержкам производства;
  - d) нет верного ответа.
7. Внешнеторговые цены - это цены, обслуживающие:
  - a) национальную экономику;
  - b) международные региональные рынки;
  - c) обороты экспортируемой и импортируемой продукции;
  - d) нет верного ответа.
8. Справочные цены - это цены:
  - a) оптовой внешней и внутренней торговли, публикуемые в различных справочных изданиях, а также газетах, журналах, фирменных каталогах, прейскурантах;

- b) которые публикуются по итогам проведения аукциона и являются достаточно достоверным источником для расчета контрактных цен;
  - c) которые являются наиболее достоверными для определения уровня цен в контракте и лишь эпизодически встречаются в прессе;
  - d) нет верного ответа.
9. Цены в международном совместном бизнесе - это цены:
- a) обслуживающие мировой рынок в целом и наиболее полно отражающие его конъюнктуру;
  - b) обслуживающие товарооборот в масштабах деятельности предприятий с иностранными инвестициями;
  - c) обслуживающие обороты импортируемой и экспортируемой продукции;
  - d) являющиеся конкретной формой реализации мировых цен и обслуживающие международные региональные рынки, на которых наблюдается наибольшее сосредоточение международных центров торговли;
  - e) нет верного ответа.
10. Таможенная пошлина - это:
- a) косвенный налог;
  - b) прямой налог;
  - c) ценовое вознаграждение таможенного органа за его услуги;
  - d) нет верного ответа.

## Тема 10

### Тестовые задания

1. В законе «О естественной монополии» предполагается следующие методы государственного регулирования ценообразования:
  - a) установление пределов возможного роста цены за определенный период времени или предельного уровня цены;
  - b) установление предельного норматива рентабельности;
  - c) установление рекомендательных цен;
  - d) установление предельных размеров снабженческо-сбытовых и торговых надбавок;
  - e) все ответы верны.
2. К косвенным методам регулирования цен можно отнести:
  - a) установление предельного норматива рентабельности;
  - b) установление рекомендательных цен по важнейшим видам продукции;
  - c) изменение акцизной ставки;
  - d) установление паритетных цен;
  - e) все ответы верны.
3. Местными органами власти регулируются цены:
  - a) на услуги железнодорожного транспорта;
  - b) на электроэнергию;
  - c) на коммунальные услуги;
  - d) на хлеб;
  - e) все ответы верны.
4. Регулирование цен на продукцию предприятий-монополистов может осуществляться в форме установления:
  - a) скользящих цен;
  - b) предельных цен;
  - c) сезонных цен;
  - d) преysкурантных цен;
  - e) нет верного ответа.
5. Задачи ценовой политики государства:

- a) способствовать развитию конкуренции;
- b) способствовать свободному перемещению товаров и услуг и финансовых средств, свободной экономической деятельности;
- c) способствовать замедлению инфляции и смягчению её негативных социально-экономических последствий;
- d) осуществлять систематический анализ процесса ценообразования в отраслях народного хозяйства;
- e) все ответы верны.

6. Характер цен и методы их определения:

- a) не зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
- b) зависят от системы экономического управления, господствующей в обществе;
- c) сами диктуют форму управления экономикой;
- d) нет верного ответа.

7. К органам контроля цен относятся:

- a) Государственная налоговая служба;
- b) финансовые и антимонопольные органы власти;
- c) Министерство экономического развития и торговли Российской Федерации;
- d) органы исполнительной власти субъектов Российской Федерации и местного самоуправления;
- e) Государственная торговая инспекция;
- f) комитеты по защите прав потребителей;
- g) все ответы верны.

8. К продукции производственно-технического назначения, товаров народного потребления и услуг, на которые государственное регулирование цен (тарифов) осуществляют Правительство Российской Федерации и федеральные органы исполнительной власти относятся:

- a) газ природный, попутный нефтяной и сухой отбензиненный;
- b) электроэнергия и теплоэнергия, тарифы на которые регулируются Федеральной энергетической комиссией;
- c) транспортировка нефти и нефтепродуктов по магистральным трубопроводам;
- d) оплата населением жилья и коммунальных услуг;
- e) продукция оборонного назначения;
- f) алмазное сырье, драгоценные камни;
- g) перевозки грузов, пассажиров, багажа, грузобагажа и почты, погрузочно-разгрузочные работы на железнодорожном транспорте (кроме пригородного транспорта);
- h) водка, ликероводочная и другая алкогольная продукция крепостью свыше 28 %, производимая на территории Российской Федерации или ввозимая на таможенную территорию Российской Федерации;
- i) торговые надбавки к ценам на лекарственные средства и изделия медицинского назначения;
- j) наценки на продукцию (товары), реализуемую на предприятиях общественного питания при общеобразовательных школах, профтехучилищах, средних специальных и высших учебных заведениях;
- k) все ответы верны.

9. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены?

- a) для решения социальных вопросов;
- b) для обеспечения необходимой прибыли предприятия;
- c) для поддержания научно-технического прогресса;
- d) в фискальных целях;
- e) нет верного ответа.

10. В структуру цены какого типа продукции государство в первую очередь включает акциз?

- a) с неэластичным спросом;
- b) с абсолютно неэластичным спросом;
- c) с эластичным спросом;



d) нет верного ответа.

## Тема 11

### Тестовые задания

1. Уровень инфляции определяется по:

- a) индексу потребительских цен;
- b) индексу цен производителей;
- c) индексу-дефлятору ВВП;
- d) индексу цен продовольственных товаров;
- e) нет верного ответа.

2. Индекс покупательной способности рубля считается:

- a) только по потребительским товарам;
- b) по потребительским товарам и услугам;
- c) по всей совокупности товаров, включая товары производственно-технического назначения;
- d) по товарам, покупаемым городским населением;
- e) нет верного ответа.

3. К методам прогнозирования цен относятся:

- a) экстраполяция;
- b) экспертные оценки;
- c) наблюдение;
- d) экономико-математические методы;
- e) все ответы верны.

4. Минимальный прожиточный бюджет состоит из следующих составляющих:

- a) только продовольствие;
- b) потребительские товары и услуги;
- c) потребительские товары, услуги и налоги;
- d) продовольствие, услуги, налоги;
- e) нет верного ответа.

5. К факторам, влияющим на точность прогноза цен, относятся:

- a) оценка динамики издержек производства;
- b) выбор формулы скольжения;
- c) поправки на рост производительности труда;
- d) тенденции ценовой динамики в прошлом;
- e) сроки прогноза;
- f) все ответы верны.

6. Какой метод прогнозирования цен на образовательные услуги университета на будущий год считается наиболее точным?

- a) метод экстраполяции;
- b) эксперимент;
- c) метод экспертных оценок;
- d) гадание на картах;
- e) нет верного ответа.

7. Подавленная инфляция проявляется:

- a) в товарном дефиците;
- b) в повышении уровня цен;
- c) в сокращении сбережений;
- d) никак не проявляется;
- e) нет верного ответа.

8. Показатель, с помощью которого определяется размер фирмы в целях исследования уровня отраслевой концентрации:
- доля занятых на предприятии в общей численности занятых в производстве данной продукции;
  - доля продаж фирмы в общем объеме реализации;
  - доля стоимости активов фирмы в общей стоимости активов всех фирм;
  - нет верного ответа.
9. Если индекс Херфиндаля-Хиршмана равен 10000, то данный рынок является:
- высококонцентрированным;
  - неконцентрированным;
  - умеренно концентрированным;
  - монополией;
  - нет верного ответа.
10. Чтобы охарактеризовать уровень цен на рынке необходимо использовать следующий показатель:
- индекс потребительских цен;
  - средние цены;
  - индекс-дефлятор ВВП;
  - соотношение цен внутреннего и мирового рынков;
  - нет верного ответа.

### **3.2. Вопросы к зачету и индивидуальному собеседованию, необходимые для оценки знаний, умения и навыков**

#### Вопросы к зачету

- Основы теории и методологии ценообразования. Принципы ценообразования.
- Место и роль цены в системе экономических категорий. Научные подходы к определению цены.
- Вклад А. Маршалла и Дж. М. Кейнса в теорию ценообразования.
- Особенности механизма ценообразования в условиях административной системы, в условиях перехода к рынку и в рыночных условиях.
- Сущность и содержание методологии ценообразования.
- Функции цены.
- Принципы ценообразования.
- Себестоимость промышленной продукции. Калькулирование себестоимости.
- Сущность и содержание системы цен.
- Основные классификационные признаки цен.
- Виды цен по характеру обслуживаемого оборота и структуре.
- Виды цен по характеру регламентации и режиму действия.
- Виды цен по уровню утверждения и характеру дифференциации; по роли в планировании, прогнозировании и государственном регулировании.
- Виды цен по срокам действия. Формула инфляционного скольжения цен.
- Классификация цен по роли в планировании, прогнозировании и государственном регулировании.
- Виды цен по способу включения в них транспортных расходов.
- Свободные и регулируемые цены: их соотношение в условиях рынка.
- Фиксированные цены и их влияние на состояние экономики.
- НДС (понятие, плательщики, объекты налогообложения).
- НДС: операции, не подлежащие налогообложению.
- НДС: налоговая база и налоговые ставки.
- НДС: порядок исчисления налога, суммы НДС, предъявляемые продавцом покупателю и суммы, относимые на затраты по производству и реализации.
- НДС: налоговые вычеты, порядок, суммы и сроки уплаты налога в бюджет.
- Акцизы (понятие, подакцизные товары, плательщики, объекты налогообложения).

25. Акцизы: операции, не подлежащие налогообложению.
26. Акцизы: налоговая база, ставки акциза, порядок исчисления акциза.
27. Дата реализации подакцизных товаров, сумма акциза, предъявляемая продавцом покупателю, порядок отнесения сумм акциза на расходы.
28. Акцизы: налоговые вычеты, суммы акциза, подлежащие уплате в бюджет, порядок и сроки уплаты.
29. Рыночная цена и равновесие рынка.
30. Цена как регулятор спроса и предложения.
31. Необходимые условия и факторы рыночного ценообразования.
32. Сбалансированный рынок и поведение товаропроизводителей на нём.
33. Основные виды (сферы) рыночного ценообразования.
34. Ценообразование в условиях чистой конкуренции.
35. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
36. Характер ценообразования в условиях олигополии.
37. Особенности ценообразования в условиях чистой монополии.
38. Понятие ценовой политики фирмы, её основные элементы.
39. Ценовая политика: организация и порядок её разработки.
40. Этапы процесса ценообразования.
41. Подходы фирмы к проблеме ценообразования.
42. Особенности установления цен на новые товары.
43. Особенности ценообразования в рамках товарной номенклатуры.
44. Установление цен по географическому признаку.
45. Установление цен со скидками и зачётами.
46. Установление цен для стимулирования сбыта.
47. Установление дифференцированных цен.
48. Стратегии ценообразования.
49. Методы ценообразования, используемые при определении исходной цены товара.
50. Ценообразование на различных этапах жизненного цикла продукции.
51. Инициативное изменение цен: причины снижения и повышения цен и возможные реакции потребителей и конкурентов.
52. Механизм формирования рыночной цены.
53. Эластичность спроса и предложения и ценообразование.
54. Зарубежный опыт государственного регулирования цен.
55. Необходимость, сущность и значение государственного регулирования цен в условиях рынка.
56. Методы государственного вмешательства в политику ценообразования.
57. Государственное регулирование цен в РФ. Государственная дисциплина цен.
58. Контроль государственных органов за соблюдением дисциплины цен. Государственное вмешательство в политику ценообразования.
59. Организация деятельности органов ценообразования и контроля за ценами в РФ.
60. Государственные органы ценообразования в РФ: задачи, структура и направление деятельности.
61. Понятие монопольной цены, её виды, признаки монопольно высокой цены.
62. Монопольно высокая и монопольно низкая цена.
63. Механизм анализа и выявления монопольно высоких цен.
64. Понятие индексов цен. Расчёт индекса розничных цен в настоящее время (формулы Ласперейса, Пааше, Фишера).
65. Расчёт сводного индекса потребительских цен. Товары-представители.
66. Индекс цен с учётом поправки на коэффициент изменения качества. Индекс покупательной способности рубля.
67. Понятие биржевой котировки. Роль котировки на биржах различного типа.
68. Цена реального товара. Фьючерсная цена. Способы соотношения котировок разных сроков поставки.

### 3.3 Примерные темы эссе, необходимые для оценки знаний, умения и возможностей развития навыков

1. Теневая экономика и цены.
2. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
3. Ценообразование и ценовая политика.
4. Ценообразование и ценовая политика в минерально-сырьевом комплексе.
5. Ценообразование на электроэнергию.
6. Ценообразование на тепловую энергию.
7. Регулирование рынка и тарифов транспортных услуг.
8. Формирование тарифов на перевозки железнодорожным транспортом. 9. Тарифы на перевозки морским транспортом. 10. Особенности ценообразования в сфере услуг.
11. Ценообразование в жилищно-коммунальном хозяйстве.
12. Ценообразование на услуги здравоохранения.
13. Ценообразование на образовательные услуги.
14. Цена на рынке труда.
15. Метод трансфертного ценообразования, ориентирующийся на рыночную текущую цену товара.
16. Метод трансфертного ценообразования, ориентирующийся на предельные издержки.
17. Метод трансфертного ценообразования, ориентированный на договорные цены.
18. Основные стратегии ценообразования.
19. Политика цен жизненного цикла товара.
20. Этапы разработки ценовой стратегии.
21. Общая схема расчета цены. 22. Затратные методы ценообразования.
23. Рыночные методы ценообразования.
24. Экономические методы определения цены.
25. Ценообразование во внешней торговле.

Проблемная задача: научиться формулировать свое мнение и уметь его обосновать.

Главная цель – определение умения выделять, формулировать и идентифицировать основания конкретной проблемы, демонстрация навыков критического и логического мышления, владение категориально-понятийным аппаратом аудита, проявлении эрудиции. Эссе – это особый литературный и научный жанр, который (в нашем случае) предполагает размышление или комментарий от первого лица по поводу конкретной проблемы. Оно представляет собой собственную рациональную рефлексию (бук. – отражение разумом) на актуальные проблемы.

Написание эссе помогает взглянуть на конкретную проблему со стороны, дает возможность развить навыки междисциплинарного и комплексного подхода, способствует освоению системного метода.

### 3.5 Типовые задачи, кейсы и задания к ним, необходимые для оценки умений и навыков

**Задача 1.** Определите себестоимость швейного изделия, если известны следующие данные: Свободная отпускная цена (с НДС) 1 м<sup>2</sup> ткани – 250 рублей.  
НДС – 20% к отпускной цене ткани без НДС.  
Норма расхода ткани на пошив швейного изделия – 5 м<sup>2</sup>.  
Вспомогательные материалы – 100 рублей.  
Заработная плата производственных рабочих – 120 рублей.  
Социальные отчисления во внебюджетные фонды – 38,7% от суммы заработной платы производственных рабочих.  
Накладные расходы (кроме внепроизводственных) – 130% от заработной платы производственных рабочих.  
Внепроизводственные расходы – 1,2% от производственной себестоимости.

**Задача 2.** Составьте калькуляцию себестоимости 100 кг писчей бумаги. Известны следующие данные о затратах на производство 100 кг писчей бумаги:  
Стоимость сырья – 3000 рублей.  
Транспортные расходы – 1% от стоимости сырья.  
Топливо и энергия на технологические цели – 200 рублей.  
Заработная плата производственных рабочих – 800 рублей.  
Социальные отчисления во внебюджетные фонды – 38,7% от заработной платы производственных рабочих.  
Расходы на содержание и эксплуатацию оборудования – 50% от заработной платы производственных рабочих.  
Цеховые расходы – 80% от заработной платы производственных рабочих.

Общехозяйственные расходы – 85% от заработной платы производственных рабочих.

Внепроизводственные расходы – 1,5% от производственной себестоимости.

**Задача 3.** Для производства 300 булок подольского хлеба предприятием закуплено сырье на сумму 1000 рублей с учетом НДС. Издержки производства хлеба предприятием (без НДС) помимо затрат на сырье – 300 рублей. Прибыль устанавливается предприятием в размере 20% от совокупных издержек. Ставка НДС на хлеб – 10%.

Определите свободную отпускную цену промышленности на хлеб.

**Задача 4.** На предприятии производится бензин автомобильный с октановым числом “76”. Себестоимость 1 тонны бензина – 2500 рублей. Расчетная прибыль предприятия на 1 тонну бензина – 750 рублей. Ставка акциза – 455 рублей за 1 тонну. Оптовая организация по договоренности установила оптово-сбытовую надбавку в размере 18%. Ставка НДС – 20%.

Рассчитайте оптовую рыночную цену за 1 тонну бензина.

**Задача 5.** Предприятие производит ликер с содержанием спирта 28%. Себестоимость 1 бутылки емкостью 0,5 литра – 36 рублей. Прибыль устанавливается предприятием-изготовителем в размере 20% от себестоимости. Ставка акциза 84 рубля за 1 литр безводного (стопроцентного) этилового спирта, содержащегося в подакцизном товаре. Ставка НДС – 20%. Торговая надбавка составляет 25% от отпускной цены предприятия.

Рассчитайте розничную цену 1 бутылки ликера.

**Задача 6.** Предприятие Б планирует выйти на рынок с новым товаром. Реализация опытной партии показала, что объем продаж (в натуральном выражении) зависит от уровня цен. Результаты наблюдений указаны в таблице 1.

Условно-постоянные расходы на производство и реализацию товара покупателям составляют 4 000 рублей.

Условно-переменные расходы на единицу товара – 40 рублей.

Задание:

1. Построить модель зависимости объема продаж от цены.
2. Рассчитать ожидаемый объем продаж при уровне цен от 5 до 90 рублей.
3. Посчитать совокупные затраты на производство и реализацию для различных объемов продаж.
4. Разработать модель зависимости прибыли от цены.
5. Определить, при каком объеме продаж фирма начинает получать прибыль.
6. Определить оптимальную цену продажи нового товара, при которой прибыль достигнет максимального значения.

**Задача 7.** Закуплена партия языков крупного рогатого скота на 3 000 долларов по цене 1,5 доллара за 1 кг. Ставка таможенной пошлины 30% от таможенной стоимости, но не менее 1,2 ЕВРО за 1 кг. Сборы за таможенное оформление составляют 0,15% от таможенной стоимости партии. НДС взимается при таможенном оформлении по ставке 20%.

Рассчитайте оптовую цену 1 кг языков, если оптовая надбавка составляет 12% от растаможенной стоимости партии без НДС, а курс ЕВРО и доллара на момент пересечения товаром границы был 30 и 29 рублей соответственно.

#### **4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Контроль того, насколько студентом освоена дисциплина «Ценообразование» осуществляется с использованием балльно-рейтинговой системы, включающей входной, текущий, рубежный и выходной контроль знаний, умений и навыков (владений) студентов.

За модульную программу дисциплины в сумме студент может получить 95 баллов. Большую часть баллов студент получает в течение семестров: 45 баллов – при рубежном контроле, 50 при текущем и выходном (итоговом) контроле.

Основными видами поэтапного контроля результатов обучения являются: входной (в начале изучения модульной дисциплины), текущий контроль (на занятиях), рубежный контроль (по модулям), выходной контроль (зачет).

Показателями уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования являются:

##### **1-й этап (уровень знаний):**

- Умение отвечать на основные вопросы и тесты на уровне понимания сути
- Умение грамотно рассуждать по теме задаваемых вопросов
- Умение формулировать проблемы по сути задаваемых вопросов

##### **2-й этап (уровень умений):**

- Умение решать простые задачи с незначительными ошибками
- Умение решать задачи средней сложности
- Умение решать задачи повышенной сложности, самому ставить задачи

##### **3-й этап (уровень владения навыками):**

- Умение формулировать и решать задачи из разных разделов с незначительными ошибками
- Умение находить проблемы, решать задачи повышенной сложности
- Умение самому ставить задачи, находить недостатки и ошибки в решениях

На основании приведенных показателей уровня освоенности компетенций на всех этапах их формирования определяется методика оценивания уровня сформированности компетенций в целом по дисциплине:

- оценка «удовлетворительно» ставится студенту, посредством (неплохо – однако имеются серьезные недочеты, результаты удовлетворяют минимальным требованиям) овладевшему элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему знания, умения и владения по основному программному материалу по дисциплине «Ценообразование» в объеме, необходимом для последующего обучения и предстоящей практической деятельности, знакомому с основной рекомендованной литературой, допускающему неточности в соответствующих ответах на экзамене;


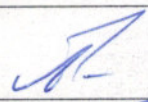
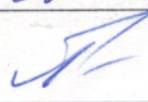

- оценка «хорошо» ставится студенту, овладевшему (хорошо – в целом серьезная работа, но с рядом замечаний, очень хорошо – выше среднего уровня, но с некоторыми недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему полные знания, умения и владения по всему программному материалу по дисциплине «Ценообразование», освоившему основную рекомендуемую литературу, показавшему стабильный характер знаний, умений, навыков и способному к их самостоятельному применению, обновлению в ходе последующего обучения и практической деятельности;

- оценка «отлично» ставится студенту, овладевшему (результаты с незначительными недочетами) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть проявившему глубокие знания, всестороннее умение и владение навыками по всему программному материалу по дисциплине «Ценообразование», освоившему основную и дополнительную литературу, показавшему творческие способности в понимании, изложении и практическом использовании усвоенных знаний, приобретенных умений и навыков.

- оценка «неудовлетворительно» ставится студенту, не овладевшему (требуется выполнение некоторой дополнительной работы или значительного объема работы, либо повтора курсы в установленном порядке, либо основание для отчисления) элементами компетенций «знать», «уметь», «владеть навыками», то есть допустившему существенные проблемы в знаниях, умениях и навыках по основному программному материалу по дисциплине «Ценообразование», допустившему принципиальные ошибки в соответствующих ответах на экзамене, которые не позволяют ему продолжить обучение без дополнительной подготовки по данной дисциплине;

- оценка «зачтено» соответствует критериям оценок от «удовлетворительно» до «отлично»;
- оценка «не зачтено» соответствует критериям оценки «неудовлетворительно».

### ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

Номер изменения	Номер измененного листа	Дата внесения изменения и номер протокола	Подпись ответственного за внесение изменений
1	12-13	14.08.2019 пр. № 13	
2	13, 32-35	31.08.2020 пр. № 1	
3	12-13	20.11.2020 пр. № 5	
4	12-13, 18-34	31.08.2021 пр. № 1	
5			
6			
7			
8			
9			
10			