

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет имени Владимира Даля»

Экономический факультет
Кафедра «Торговое дело»

УТВЕРЖДАЮ:
Декан Экономического факультета


(подпись) Е.С. Тхор
«21» апреля 2023 года

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ»

По направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело
Профиль подготовки: «Коммерческая деятельность»

Луганск – 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование» по направлению подготовки 38.03.06 Торговое дело – 2^я с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Ценообразование» разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело» (утверждённый приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 26.11.2020 г. № 963, зарегистрировано в Минюсте России 25.08.2020 г. № 59428).

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. экон. наук, доцент Ларикова Л.Ф.



Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры «Торговое дело» «12» марта 2023 г., протокол № 10

Заведующий кафедрой

«Торговое дело»



д-р экон. наук, проф. Болдырев К.А.

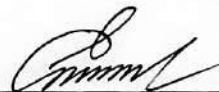
Переутверждена: « » _____ 2023 г., протокол № _____

Согласована (для обеспечивающей кафедры):

Переутверждена: « » _____ 2023 г., протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии Экономического факультета «11» апреля 2023 г., протокол № 4.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Шаповалова Е.Н.

Структура и содержание дисциплины

Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Целью изучения дисциплины «Ценообразование» является овладение вопросами теории и практики формирования цен, обобщение практического опыта ценообразования в рыночной конкуренции, рассмотрение вопросов установления цен с применением различных методов ценообразования.

Задачами курса «Ценообразование» являются:

- ознакомление с нормативно-правовыми актами в области ценообразования;
- изучение теоретических и методологических основ ценообразования;
- ознакомление с видами цен на потребительском рынке;
- ответственность за несоблюдение государственной дисциплины цен;
- определение состава и структуры цены;
- приобретение практических навыков расчета различных видов цен;
- формирование цены продажи в практике отечественных предприятий;
- прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен;
- изучение методов ценообразования (расходные, рыночные, эконометрические);
- установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия;
- приобретение практических навыков разработки ценовой стратегии.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина «Ценообразование» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений общенаучного блока подготовки студентов по направлению 38.03.06 Торговое дело.

Содержание дисциплины основывается на базе дисциплин предыдущего уровня образования, в том числе: «Организация и стимулирование продаж», «Экономическая оценка эффективности торговой деятельности», «Электронная коммерция» и является логическим продолжением для дальнейшего изучения специальных дисциплин профессиональной направленности, в том числе: «Стратегия торгового предприятия», «Мерчандайзинг», «Брендинг», «Законодательство в торговой деятельности», «Управление торгово-технологическими процессами на коммерческом предприятии».

Изучение дисциплины «Ценообразование» является необходимым для освоения универсальных и профессиональных компетенций по направлению подготовки 38.03.06 «Торговое дело», а также необходимым для самостоятельной исследовательской деятельности обучающегося для написания выпускной квалификационной работы.

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
<p>ПК-6 Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p>	<p>ПК-6.1. Внедряет системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации. ПК-6.2. Совершенствует политику ценообразования в организации</p>	<p>знать: нормативно-правовые акты в области ценообразования; теоретические и методологические основы ценообразования; функции и основные принципы рыночного ценообразования; затратные, рыночные и эконометрические методы ценообразования; особенности ценообразования в различных сферах экономики; организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков.</p> <p>уметь: самостоятельно изучать нормативную и законодательную литературу; рассчитывать оптово-отпускные розничные, государственные, регулируемые цены каждым из заданных методов определения цен; обоснованно использовать методы ценообразования; отстаивать позицию в области цен при формировании договора (контракта) на производство и поставку товаров; осуществлять контроль за формированием и применением цен.</p> <p>владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономической информации; методами определения цены на товары и услуги.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 ч. (3 зач. ед)	108 ч. (3 зач. ед)	108 ч. (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего), в том числе:	51	32	12
Лекции	17	16	6
Семинарские занятия	-	-	-
Практические занятия	34	16	6
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса (<i>расчётно-графические работы, индивидуальные задания и т.п.</i>)	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	57	76	96
Форма аттестации	зачёт	зачёт	зачёт

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Теоретические и методологические основы ценообразования. Предмет, метод и задачи курса. Экономическое содержание цены. Функции цены. Система цен в национальной экономике.

Тема 2. Система цен в национальной экономике. Объективная необходимость создания системы цен. Виды цен на потребительском рынке и их характеристика. Виды цен мирового рынка. Ответственность за несоблюдение государственной дисциплины цен.

Тема 3. Структура цены и характеристика ее элементов. Состав расходов, включаемых в себестоимость продукции. Определение уровня прибыли в оптово-отпускной цене предприятия. Акцизы и их влияние на уровень цен. Определение торговых наценок при формировании цен реализации.

Тема 4. Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен. Понятие спроса, его виды. Построение кривых спроса. Характеристика ценовой эластичности спроса. Анализ спроса в зависимости от изменения цен. Взаимосвязь спроса и предложения товара.

Тема 5. Характеристика типов рынка по ценовому фактору. Классификационные признаки рыночных структур. Основные признаки рынка свободной конкуренции. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции. Конкурирующий (олигополистический) рынок и его особенности. Монополизирован рынок и его влияние на развитие экономики.

Тема 6. Методы ценообразования и их характеристика. Общая схема расчета цены. Затратные методы ценообразования. Рыночные методы определения цен. Эконометрические методы ценообразования.

Тема 7. Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия. Модификации цен по географическому принципу. Дифференциация цен через систему скидок. Изменение цен для стимулирования сбыта. Установление дискриминационных цен. Ступенчатое снижение цен на предлагаемые товары.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Теоретические и методологические основы ценообразования.	2	1	
2	Система цен в национальной экономике.	2	2	1
3	Структура цены и характеристика ее элементов.	2	2	2
4	Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен.	2	2	
5	Характеристика типов рынка по ценовому фактору.	2	2	
6	Затратные методы ценообразования и их характеристика.	2	2	1
7	Рыночные методы определения цен.	2	2	1
8	Эконометрические методы ценообразования.	2	2	1
9	Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия.	1	1	
Итого:		17	16	6

4.4. Практические (семинарские) занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Теоретические и методологические основы ценообразования.	2		
2	Система цен в национальной экономике	4	4	1
3	Структура цены и характеристика ее элементов.	8	4	2
4	Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен.	4	2	
5	Характеристика типов рынка по ценовому фактору.	2		
6	Затратные методы ценообразования и их характеристика.	4	2	1

7	Рыночные методы определения цен.	4	2	1
8	Эконометрические методы ценообразования.	4	2	1
9	Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия.	2		
Итого:		34	16	6

4.5. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объём часов		
			Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
1	Теоретические и методологические основы ценообразования.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	2	4	6
2	Система цен в национальной экономике.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	4	5
3	Состав расходов, включаемых в себестоимость продукции.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	6	6
4	Определение уровня прибыли в оптово-отпускной цене предприятия	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	4	5
5	Акцизы и их влияние на уровень цен.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю	3	4	5
6	Определение торговых наценок при формировании цен реализации.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	3	4	5
7	Порядок включения постоянных и переменных общепроизводственных расходов в цену товара.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	4	5
8	Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	6	6
9	Характеристика типов рынка по ценовому фактору.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	2	4	5
10	Затратные методы ценообразования и их характеристика.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	6	6
11	Рыночные методы определения цен.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	4	6
12	Эконометрические методы ценообразования.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	4	6	6
13	Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	3	4	6
14	Дифференциация цен через систему скидок.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и	3	4	6

		промежуточному контролю.			
15	Изменение цен для стимулирования сбыта.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	3	4	6
16	Установление дискриминационных цен.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	3	4	6
17	Ступенчатое снижение цен на предлагаемые товары.	Подготовка к практическим занятиям, к текущему и промежуточному контролю.	3	4	6
Итого:			57	76	96

Курсовая работа не предусмотрена.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

- традиционные объяснительно-иллюстративные технологии, которые обеспечивают доступность учебного материала для большинства студентов, системность, отработанность организационных форм и привычных методов, относительно малые затраты времени;

- технологии проблемного обучения, направленные на развитие познавательной активности, творческой самостоятельности студентов и предполагающие последовательное и целенаправленное выдвижение перед студентом познавательных задач, разрешение которых позволяет студентам активно усваивать знания (используются поисковые методы; постановка познавательных задач);

- технологии развивающего обучения, позволяющие ориентировать учебный процесс на потенциальные возможности студентов, их реализацию и развитие;

- технологии концентрированного обучения, суть которых состоит в создании максимально близкой к естественным психологическим особенностям человеческого восприятия структуры учебного процесса и которые дают возможность глубокого и системного изучения содержания учебных дисциплин за счет объединения занятий в тематические блоки;

- технологии модульного обучения, дающие возможность обеспечения гибкости процесса обучения, адаптации его к индивидуальным потребностям и особенностям обучающихся (применяются, как правило, при самостоятельном обучении студентов по индивидуальному учебному плану);

- технологии дифференцированного обучения, обеспечивающие возможность создания оптимальных условий для развития интересов и способностей студентов, в том числе и студентов с особыми образовательными потребностями, что позволяет реализовать в культурно-

образовательном пространстве университета идею создания равных возможностей для получения образования

- технологии активного (контекстного) обучения, с помощью которых осуществляется моделирование предметного, проблемного и социального содержания будущей профессиональной деятельности студентов (используются активные и интерактивные методы обучения) и т.д.

Максимальная эффективность педагогического процесса достигается путем конструирования оптимального комплекса педагогических технологий и (или) их элементов на личностно-ориентированной, деятельностной, диалогической основе и использования необходимых современных средств обучения.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины:

а) основная литература:

1. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ; в ред. от 29.11.2021 г. [Электронный ресурс] //Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
2. Налоговый кодекс РФ (часть вторая) от 05.08.2000 г. № 117-ФЗ; в ред. от 02.07.2021 г., с изм. от 29.11.2021 г. [Электронный ресурс] //Доступ из справочно-правовой системы «КонсультантПлюс».
3. Агапова, А. В. Ценообразование во внешней торговле / Агапова А. В. - Санкт-петербург : ИЦ Интермедия, 2017. - 134 с
4. Горина, Г. А. Ценообразование / Г.А. Горина. - М.: Юнити-Дана, 2023. - 128 с.
5. Ларикова Л.Ф. Ценообразование. Учебное пособие. - Луганск: изд-во ВНУ им. В. Даля, 2013.- 264 с.
6. Невешкина, Е. В. Управление затратами и ценообразованием. Применение в условиях кризиса / Е.В. Невешкина, С.В. Савонина, О.В. Фадеева. - М.: Омега-Л, 2020. - 136 с.
7. Окладников, Д.Е. Практическое ценообразование / Д.Е. Окладников. - Москва: ИЛ, 2023. - 859 с.

б) дополнительная литература

1. Емельянова, Т. В. Ценообразование в организации: учеб. пособие / Т. В. Емельянова, Е. П. Бабушкина, В. В. Приходько, Н. Я. Скорик, Т. М. Тишковская - Минск: Выш. шк., 2013. - 335 с.
2. Магомедов, М. Д. Ценообразование:учебник для бакалавров / Магомедов М. Д. - Москва : Дашков и К, 2017. - 248 с.
3. Салимжанов, И. К. Ценообразование / И.К. Салимжанов. - М.: КноРус, 2022. -302 с.
4. Юзов О.В. Ценообразование: учебн. пособ. /О.В. Юзов. – М.: МИСиС, 2012.– 246 с.
5. Ямпольская, Д.О. Ценообразование в условиях рынка / Ямпольская Д. О. - Москва : Международные отношения, 2015. - 192 с.

в) методические рекомендации — сформулированы непосредственно в заданиях предоставляемых к проведению практических занятий.

г) интернет-ресурсы:

1. Министерство образования и науки Российской Федерации. –

- Режим доступа: <http://минобрнауки.рф/>
2. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки. –
Режим доступа: <http://obrnadzor.gov.ru/>
3. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования. – Режим доступа: <http://fgosvo.ru>
4. Федеральный портал «Российское образование». – Режим доступа: <http://www.edu.ru/>
5. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». –
Режим доступа: <http://window.edu.ru/>
6. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. – Режим доступа: <http://fcior.edu.ru/>
7. Справочная правовая система «Консультант Плюс». –
Режим доступа: <https://www.consultant.ru/sys/>

д) электронные библиотечные системы и ресурсы

1. Научная электронная библиотека Elibrary.ru. – Режим доступа: <http://elibrary.ru/>
2. Электронно-библиотечная система StudMed.ru. – Режим доступа: <https://www.studmed.ru>
3. Научная библиотека им. А.Н. Коняева ЛГУ им. В. Даля. – Режим доступа: <http://biblio.dahluniver.ru/>

7. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Ценообразование» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	FirefoxMozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	MozillaThunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	FarManager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP

Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/

8. Оценочные средства по дисциплине

Паспорт оценочных средств по учебной дисциплине «Ценообразование»

Описание уровней сформированности и критериев оценивания компетенций на этапах их формирования в ходе изучения дисциплины

Этап	Код компетенции	Уровни сформированности компетенции	Критерии оценивания компетенции
Начальный	ПК-6. Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации	Пороговый	знать: нормативно-правовые акты в области ценообразования; теоретические и методологические основы ценообразования; функции и основные принципы рыночного ценообразования; затратные, рыночные и эконометрические методы ценообразования; особенности ценообразования в различных сферах экономики; организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков.
		Базовый	уметь: самостоятельно изучать нормативную и законодательную литературу; рассчитывать оптово-отпускные розничные, государственные, регулируемые цены каждым из заданных методов определения цен; обоснованно использовать методы ценообразования; отстаивать позицию в области цен при формировании договора (контракта) на производство и поставку товаров; осуществлять контроль за формированием и применением цен.
		Высокий	владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономической информации; методами определения цены на товары и услуги.
Основной			
Заключительный			

**Перечень компетенций (элементов компетенций),
формируемых в результате освоения учебной дисциплины**

№ п/п	Код компетенции	Формулировка контролируемой компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Темы учебной дисциплины	Этапы формирования (семестр изучения)
1	ПК-6	Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации средства при решении профессиональных задач	<p>ПК-6.1. Внедряет системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации.</p> <p>ПК-6.2. Совершенствует политику ценообразования в организации</p>	<p><i>Тема 1. Теоретические и методологические основы ценообразования.</i></p> <p><i>Тема 2. Система цен в национальной экономике.</i></p> <p><i>Тема 3. Структура цены и характеристика ее элементов.</i></p> <p><i>Тема 4. Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен.</i></p> <p><i>Тема 5. Характеристика типов рынка по ценовому фактору.</i></p> <p><i>Тема 6. Методы ценообразования и их характеристика.</i></p> <p><i>Тема 7. Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия.</i></p>	6

**Показатели и критерии оценивания компетенций,
описание шкал оценивания**

№ п/п	Код компетенции	Индикаторы достижений компетенции (по дисциплине)	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Контролируемые темы учебной дисциплины	Наименование оценочного средства
1	<p>ПК-6 Способен осуществлять разработку, внедрение и совершенствование политики ценообразования в организации</p>	<p>ПК-6.1. Внедряет системы стимулирования продаж товаров (услуг) организации.</p>	<p>знать: нормативно-правовые акты в области ценообразования; теоретические и методологические основы ценообразования; уметь: самостоятельно изучать нормативную и законодательную литературу; владеть: современными методами сбора, обработки и анализа экономической информации.</p>	<p><i>Тема 1. Теоретические и методологические основы ценообразования.</i> <i>Тема 2. Система цен в национальной экономике.</i></p>	<p>вопросы для обсуждения на практических занятиях; контрольные вопросы; контрольный тест.</p>
		<p>ПК-6.2. Совершенствует политику ценообразования в организации</p>	<p>знать: затратные, рыночные и эконометрические методы ценообразования; особенности ценообразования в различных сферах экономики; организацию процесса формирования цен у изготовителей и заказчиков. уметь: рассчитывать оптово-отпускные розничные, государственные, регулируемые цены каждым из заданных методов определения цен; обоснованно использовать методы ценообразования;</p>	<p><i>Тема 3. Структура цены и характеристика ее элементов.</i> <i>Тема 4. Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен.</i> <i>Тема 5. Характеристика типов рынка по ценовому фактору.</i> <i>Тема 6. Методы ценообразования и их характеристика.</i> <i>Тема 7. Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия..</i></p>	

			<p>отстаивать позицию в области цен при формировании договора (контракта) на производство и поставку товаров;</p> <p>осуществлять контроль за формированием и применением цен.</p> <p>владеть:</p> <p>современными методами сбора, обработки и анализа экономической информации;</p> <p>методами определения цены на товары и услуги.</p>		
--	--	--	--	--	--

Примеры оценочных средств

1.

Примеры тестовых заданий (пороговый уровень)

1. Какое определение цены наиболее верно применительно к современным условиям хозяйствования:
 - а) цена – денежное выражение стоимости товара;
 - б) цена – форма выражения ценности, полезности благ, проявляющаяся в процессе обмена;
 - в) цена – количество денег, за которое продавец согласен продать товар или услугу;
 - г) цена – количество денег за которое продавец согласен продать, а покупатель готов купить единицу товара или услуги.

2. Максимизация массы прибыли – это:
 - а) функция цены;
 - б) задача государственной ценовой политики;
 - в) задача ценовой политики фирмы;
 - г) задача ценовой стратегии фирмы.

3. В фазе кризиса падение объема розничного товарооборота отражается в ценообразовании в первую очередь на:
 - а) продукты питания;
 - б) товары длительного пользования;
 - в) предметы санитарии и гигиены;
 - г) детские товары.

4. Сущность закона стоимости состоит в том, что товары на рынке должны реализовываться с учетом:
- а) затрат общественно необходимого труда на производство и реализацию товара;
 - б) затрат индивидуального труда товаропроизводителей;
 - в) материальных затрат на производство товаров;
 - г) трудовых затрат на производство товаров.
5. Рыночный механизм ценообразования обусловлен действием:
- а) закона стоимости;
 - б) законов спроса и предложения;
 - в) закона предложения;
 - г) закона убывающей предельной полезности.
6. Главное различие понятий «оптовые» и «розничные» цены:
- а) в наличии наценки розничной торговой организации;
 - б) в размере партии продажи товара;
 - в) в категории покупателя, ради которого организована продажа (население или организации);
 - г) все ответы неверны.
7. Какие задачи призваны решать закупочные цены:
- а) ограничение власти предприятий-монополистов;
 - б) обеспечение необходимой прибыли сельскохозяйственным производителям;
 - в) задачи государственной политики;
 - г) все ответы неверны.
8. С какой целью государство устанавливает нижний предел цены:
- а) для решения социальных вопросов;
 - б) для обеспечения необходимой прибыли предприятия;
 - в) в фискальных целях;
 - г) все перечисленное верно.
9. Жестко фиксируемые цены устанавливаются:
- а) товаропроизводителями;
 - б) государством в условиях тоталитарного режима;
 - в) потребителями товаров и услуг;
 - г) общественными организациями.
10. Регулируемые цены на товары и услуги устанавливаются:
- а) государством на социально значимые товары и услуги;
 - б) товаропроизводителями;
 - в) потребителями товаров и услуг;
 - г) общественными организациями.
11. Свободные цены на товары и услуги устанавливаются:
- а) государством;
 - б) общественными организациями;
 - в) товаропроизводителями;
 - г) в результате спроса и предложения.

12. Признаки мировой цены – это ...
- а) высокие экспортно-импортные тарифы
 - б) наличие информации в печати
 - в) платежи в свободно конвертируемой валюте
 - г) регулируемость уровня цен государствами
13. Пути снижения себестоимости:
- а) сокращение накладных расходов
 - б) переход на другую систему уплаты налогов
 - в) применение ресурсосберегающих технологий
 - г) сокращение заработной платы
14. Регулирование цен на продукцию монополистов может осуществляться в форме применения ... цен.
- а) предельных
 - б) преysкyрантных
 - в) сезонных
 - г) скользящих
15. Регулируемая система цен в основном применяется ...
- а) в отраслях с естественной монополией
 - б) на мировом рынке
 - в) на потребительском рынке
 - г) на рынках средств производства
16. Регулируемые цены отличаются от свободных цен по ...
- а) абсолютным показателям
 - б) конъюнктуре мирового рынка
 - в) натуральным показателям
 - г) степени и характеру вмешательства государства в политику ценообразования
17. Полная себестоимость продукции включает в себя:
- а) материальные и трудовые затраты;
 - б) амортизацию;
 - в) торговую надбавку;
 - г) все вышеперечисленное.
18. Оптовая цена это:
- а) отпускная цена производителя промышленной продукции;
 - б) издержки и прибыль сбытовых организаций;
 - в) отпускная цена, а также издержки и прибыль сбытовых организаций, включая НДС и акцизы;
 - г) издержки и прибыль предприятий розничной торговли.
19. Розничная цена состоит из:
- а) отпускной цены производителя промышленной продукции;
 - б) издержек и прибыли предприятий торговли;
 - в) издержек и прибыли коммерческих организаций;
 - г) оптовой цены и торговой надбавки.

20. Какие налоги входят в состав производственной себестоимости?
- а) налог на добавленную стоимость;
 - б) налог на прибыль предприятия;
 - в) акцизный сбор;
 - г) налог с доходов физических лиц.
21. Какой из перечисленных налогов не входит в состав отпускной цены предприятия?
- а) акцизный сбор;
 - б) налог на прибыль предприятия;
 - в) таможенная пошлина;
 - г) налог с доходов физических лиц.
22. Показатель рентабельности продаж товара прямо пропорционален ...
- а) величине косвенных налогов
 - б) прибыли от реализации товара
 - в) себестоимости товара
 - г) ценовым надбавкам
23. Политика фиксированных цен заключается в продаже товара по ценам ...
- а) утверждённым руководством организации
 - б) ниже себестоимости
 - в) определяемым торговым посредником
 - г) все ответы верны
24. Полная себестоимость продукции включает ...
- а) торговую надбавку
 - б) маржинальный доход
 - в) производственную себестоимость и расходы на продажу
 - г) только производственную себестоимость
25. Снижение цены на товар приводит к росту выручки от продаж в случае:
- а) высокоэластичного спроса;
 - б) неэластичного спроса;
 - в) единичной эластичности;
 - г) положительной эластичности.
26. Спрос можно считать неэластичным, если:
- а) при существенном снижении цены спрос увеличивается незначительно;
 - б) при несущественном снижении цены спрос резко увеличивается;
 - в) при изменении цены спрос не меняется;
 - г) при изменении цены изменяется спрос.
27. Эластичность спроса по цене — это:
- а) зависимость спроса от цены;
 - б) зависимость изменения спроса от изменения цены;
 - в) зависимость спроса от изменения цены;
 - г) зависимость спроса от доходов.

28. Каким образом изменится объем спроса, если известно, что коэффициент эластичности равен 1, а цена увеличится на 10% ?
- а) снизится на 10 %;
 - б) увеличится на 10 %;
 - в) снизится на 1 %;
 - г) увеличится на 1 %;
 - д) не изменится.
29. Когда потолок цен устанавливается ниже равновесной цены, возникает ...
- а) дефицит
 - б) избыток
 - в) изменение предложения
 - г) изменение объема продаж
30. Точка безубыточности – это:
- а) цена, при которой организация начинает получать прибыль;
 - б) объем производства, при котором производитель работает без убытков;
 - в) уровень затрат, необходимый для производства продукции;
 - г) все ответы верны;
31. Цена спроса – это:
- а) минимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
 - б) максимальная цена, которую покупатели согласны заплатить за данный товар;
 - в) максимальная цена, по которой производители реализуют товар на рынке;
 - г) цена, по которой совершается сделка.
32. Цена предложения – это:
- а) максимальная цена, по которой производители согласны предложить на рынке данное количество товара;
 - б) минимальная цена, по которой производитель продает на рынке свои товары;
 - в) максимальная цена, по которой покупатели готовы купить у продавца данный товар;
 - г) минимальная цена, по которой продавцы согласны предложить на рынке данное количество товара.
33. Равновесная цена – это:
- а) цена выше той, которая создает избыточный спрос;
 - б) цена, при которой нет ни дефицита, ни избытка;
 - в) цена, установленная правительством;
 - г) все перечисленное выше.
34. Когда «потолки» цен устанавливаются ниже равновесной цены, возникает:
- а) дефицит;
 - б) избыток предложения;
 - в) изменение предложения;
 - г) изменение объема предложения.
35. Закон предложения утверждает:
- а) существует обратная зависимость между ценой товара и объемом предложения;
 - б) существует прямая зависимость между ценой товара и объемом предложения;
 - в) в соответствии с этим законом линия предложения всегда вертикальна;
 - г) эластичность спроса по цене всегда меньше, чем эластичность предложения по цене при данном уровне цен.

36. На рынке свободной конкуренции организация придерживается:
- а) адаптивной политики цен;
 - б) политики приспособления к ведущим конкурентам;
 - в) маркетингового ценообразования;
 - г) политики доминирующего лидерства.
37. Олигополия — это такая рыночная структура, при которой:
- а) в отрасли незначительное количество производителей, которые могут согласовать свои действия;
 - б) товар однороден, входные барьеры отсутствуют, имеется один продавец и много покупателей;
 - в) товар однороден, имеется много продавцов и один покупатель;
 - г) в отрасли один производитель и несколько покупателей, товар однороден.
38. В группу условий совершенной конкуренции входит условие:
- а) имеется много продавцов и покупателей и каждый из них производит лишь малую долю всего объема этого товара;
 - б) товар должен быть совершенно однороден с точки зрения покупателя;
 - в) информация о рыночном уровне цен для продавцов и покупателей крайне скудна;
 - г) отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль для нового производителя и нет препятствия для выхода их из отрасли.
39. Под монополистической конкуренцией понимают такую структуру рынка, при которой:
- а) взаимодополняемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
 - б) взаимодополняемые товары производятся небольшим числом независимых друг от друга производителей
 - в) взаимозаменяемые товары производятся большим числом независимых друг от друга производителей
 - г) все товары производятся в условиях конкуренции
40. Ценообразование затратным методом может основываться на:
- а) сумме постоянных и переменных затрат;
 - б) на предельных затратах;
 - в) на общих затратах;
 - г) все ответы верны.
41. Какой из перечисленных методов относится к параметрическим методам ценообразования?
- а) структурной аналогии;
 - б) метод удельных показателей;
 - в) балловый;
 - г) все являются параметрическими методами.
42. Определение цен на основе методов маркетинговых оценок:
- а) на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
 - б) метод рентабельности инвестиций;
 - в) метод цены с ориентацией на конкуренцию;
 - г) метод структурной аналогии.

43. Недостатки методов затратного ценообразования:
- а) сложность сбора информации;
 - б) недостоверность исходных данных;
 - в) игнорирование информации о поведении покупателей;
 - г) игнорирование информации о поведении конкурентов.
44. Параметрический ряд:
- а) включает продукцию, одинаковую по назначению и технологии изготовления;
 - б) включает продукцию, одинаковую по назначению;
 - в) включает разнородную продукцию;
 - г) включает взаимодополняемую продукцию.
45. Причины широкого распространения методов затратного ценообразования на практике:
- а) доступность информации об издержках;
 - б) справедливость по отношению к участникам товарообменной операции;
 - в) наиболее точный расчет рыночной цены;
 - г) надежность информации.
46. Затратный подход к ценообразованию основан на учёте ...
- а) всех фактических затрат на производство и сбыт товаров
 - б) зависит от спроса населения на товар
 - в) постоянных затрат на производство товара
 - г) прямых затрат на производство товара
47. Недостатки методов затратного ценообразования:
- а) игнорирование информации о поведении конкурентов
 - б) игнорирование информации о поведении покупателей
 - в) недостоверность исходных данных
 - г) сложность сбора информации
48. Ценовая политика предприятия строится на основании следующих принципов
- а) принцип непрерывности
 - б) принцип целевой направленности
 - в) принцип самостоятельности
 - г) все ответы верны
49. Цель ценовой политики состоит только в
- а) установлении минимальной цены для стимулирования спроса
 - б) получении максимальной прибыли
 - в) обеспечении рентабельности предприятия
 - г) все ответы неверны
50. Краткосрочная максимизация прибыли
- а) является целью ценовой политики предприятия
 - б) является целью экономической политики предприятия
 - в) является целью сбытовой политики предприятия
 - г) все ответы верны
51. Для восстановления позиций предприятия на рынке
- а) ценовая политика не может помочь, поскольку приведет к снижению цен
 - б) ценовая политика должна предусматривать изменение в структуре цены доли налогов

- в) ценовая политика должна реализовываться с участием органов государства
- г) все ответы неверны

52. Такая цель ценовой политики как «снятие сливок» предусматривает
- а) установление цен на уровне цен конкурентов
 - б) установление высоких цен и последующее их снижение
 - в) установление низких цен с целью охвата большего количества потребителей
 - г) все ответы верны

53. Этапами разработки ценовой политики являются
- а) выбор целей
 - б) анализ существующего уровня цен
 - в) формирование механизма корректировки цен
 - г) все ответы верны

54. При выборе модели расчета уровня цен на конкретный товар учитывается
- а) цель ценовой политики
 - б) ассортимент продукции
 - в) структура рынка
 - г) все ответы неверны

55. Какая скидка может быть предоставлена при покупке большой партии товара
- а) сезонная скидка
 - б) розничная скидка
 - в) скидка для пенсионеров
 - г) оптовая скидка

56. Если на основной товар устанавливается низкая цена, а на товар, дополняющий высокую, то это означает, что в ценовой тактике использован такой инструмент как
- а) отвлечение
 - б) компенсация
 - в) приманка
 - г) премии

57. Суть стратегии высоких цен заключается
- а) в установлении цены выше издержек
 - б) в установлении высоких цен, но приемлемых для потенциальных потребителей
 - в) в установлении цен в соответствии с ценой лидера в отрасли
 - г) нет правильного ответа

58. Стратегия низких цен применяется при:
- а) высоких издержках
 - б) высоком качестве
 - в) стремлении к долгосрочной высокой прибыли
 - г) банкротстве

59. Стратегия ценового лидерства применяется на рынке
- а) монопольном
 - б) олигопольном
 - в) совершенной (чистой) конкуренции
 - г) на всех рынках

60. Стратегия престижных цен используется при установлении цены на
- дорогие эластичные товары
 - дешевые товары
 - однородные, одинаковые товары
 - все ответы неверны

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству «контрольный тест»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90–100 % вопросов теста).
зачтено	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75–89 % вопросов теста).
зачтено	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50–74 % вопросов теста).
незачтено	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

2. Примеры типовых контрольных вопросов (к практическим занятиям и контрольным работам) (базовый уровень)

Практическое занятие 1

- Какова сущность цены как основной экономической категории рынка?
- Какова роль цен в рыночной экономике?
- В чем состоит сущность двух противоположных теорий цены?
- В чем выражаются принципиальные отличия формирования цен в условиях рынка и в плановой экономике?
- В чем сущность закона стоимости?
- Что представляет собой затратный и рыночный механизмы ценообразования?
- Каковы функции цен?
- Какие функции цен наиболее адекватны рыночной экономике?
- Что представляет собой распределительная и перераспределительная функции цены?
- Какова сущность контрольной функции цены?

Практическое занятие 2

- Что такое система цен и каковы ее признаки?
- Каковы основные виды цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения?
- Государственные цены и их применение.
- Регулируемые цены и методика их определения.
- Применение свободных цен.
- Какие цены можно отнести к мировым?
- Какова ответственность административная и уголовная за нарушение государственной дисциплины цен?

8. В чем сущность договорных цен на товары?
9. Что такое мировые цены и какова роль государства в их регулировании?
10. Каковы важнейшие задачи и инструменты реализации внешнеторговой политики?
11. Что такое конкурентоспособность товара?

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«контрольные вопросы (к практическим занятиям и контрольным работам)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Тесты выполнены на высоком уровне (правильные ответы даны на 90-100 % вопросов теста).
зачтено	Тесты выполнены на среднем уровне (правильные ответы даны на 75-89 % вопросов теста).
зачтено	Тесты выполнены на низком уровне (правильные ответы даны на 50-74 % вопросов теста).
незачтено	Тесты выполнены на неудовлетворительном уровне (правильные ответы даны менее чем на 50 % вопросов теста).

3. Примеры типовых практических заданий (высокий уровень)

Задание

Определить оптовые цены франко-вагон станция отправления по видам железорудной продукции и среднюю цену условного сорта по району. Норматив рентабельности к основным производственным фондам - 10%.

Виды продукции	Объем пр-ва тыс.т.	Объем пр-ва в усл. сорте тыс.т.	Себестоимость пр-ва тыс.т.	Стоимость ОПФ тыс.	Затраты на транспортировку 1 тыс.т.	Коэф металлург. цен
Предприятие 1				58000		
Руда	4000	3200	50		8	0,735
Концентрат	2000	2000	80		8	0,990
Окатыши	3000	3100	120		8	1,250
Предприятие 2				44000		
Руда	4000	800	50		12	0,651
Конгломерат	3000	2900	90		12	0,998
Агломерат	3000	3000	130		12	1,152
Предприятие 3				39000		
Концентрат	5000	5010	100		9	1,040
Агломерат	1000	1090	140		9	1,050
Итого по району:	25000	21100		141000		

Задание

Определить оптовую цену 1 тонны топлива с учетом его теплотворной способности.

Теплотворная способность:

- | | |
|------------------------------|--------------|
| - условной единицы топлива - | 7000 ккал/кг |
| - энергетического угля - | 4500 ккал/кг |
| - нефти - | 8000 ккал/кг |
| - природного газа - | 8100 ккал/кг |

Себестоимость 1 тонны условного топлива - 200

Расчетная рентабельность (в процентах к себестоимости):

- | | |
|-----------------|-----|
| - угля - | 8% |
| - нефти, газа - | 12% |

Задание

1. Определите:

- прибыль к свободной цене изделия;
- свободную розничную цену изделия;
- цену закупки, по которой розничная торговля будет рассчитываться с посредником.

2. Составьте структуру свободной отпускной и свободной розничной цены.

Известны следующие данные:

Себестоимость изделия - 800,00 руб.

Акцизный сбор - 30%.

Свободная отпускная цена - 3000,00 руб.

Надбавка посреднической организации - 15%.

Задание

Определите:

- прибыль предприятия в расчете на одно изделие;
- оптовую цену предприятия;
- отпускную цену предприятия с НДС;
- снабженческо-сбытовую надбавку;
- торговую надбавку;
- структуру розничной цены изделия.

Исходные данные:

коммерческая себестоимость изделия – 56 руб.;

уровень рентабельности – 25% к себестоимости;

снабженческо-сбытовая надбавка посреднической организации – 25% от покупной цены;

розничная цена – 126 руб.

Задание

Предприятия А, В, С используют позаказный метод учета затрат на производство. Сведения о предполагаемых затратах по предприятиям приведены в таблице:

Показатели	Предприятие		
	А	В	С
Трудовые затраты, чел/час.	70000	50000	45000
Затраты машинного времени, маш/час.	20000	65000	50000
Прямые материальные затраты, руб	400000	550000	340000
Производственные накладные расходы, руб.	560000	650000	150000

Базой распределения предварительно рассчитанного коэффициента накладных расходов служат: на предприятии А - маш/час.; на предприятии В - прямые материальные затраты; на предприятии С - чел/час.

Необходимо:

- а) определить предварительно рассчитанный коэффициент накладных расходов;
- б) определить сумму накладных расходов, включаемых в затраты на производство на основе предварительно рассчитанного коэффициента, если на предприятии А в течении года выполняются три заказа, при этом зарегистрированы следующие затраты машинного времени: по заказу № 456 - 8000 маш/час.; по заказу № 678 - 6000 маш/час.; по заказу № 786 - 5000 маш/час.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству типовых практических заданий

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
зачтено	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
зачтено	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
незачтено	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

4. Оценочные средства для промежуточной аттестации (зачёт) (высокий уровень)

1. Теоретические и методологические основы ценообразования.
2. Экономическое содержание цены.
3. Функции цены.
4. Факторы, которые определяют уровень и динамику цен.
5. Основные принципы и методы ценообразования.
6. Система цен в национальной экономике.
7. Объективная необходимость создания системы цен.
8. Виды цен на потребительском рынке и их характеристика.
9. Виды цен мирового рынка.
10. Ответственность за несоблюдение государственной дисциплины цен
11. Структура цены и характеристика ее элементов.
12. Состав расходов, включаемых в себестоимость продукции.
13. Определение уровня прибыли в оптово-отпускной цене предприятия.
14. Акцизы и их влияние на уровень цен.
15. Определение торговых наценок при формировании цен реализации.
16. Формирование цены продажи на товары в практике отечественных предприятий.
17. Основные подходы к установлению продажной цены на товары (продукцию).
18. Порядок включения постоянных и переменных общепроизводственных расходов в цену товара.
19. Прогнозирование спроса в зависимости от уровня цен.
20. Понятие спроса, его виды. Построение кривых спроса.
21. Характеристика ценовой эластичности спроса.
22. Анализ спроса в зависимости от изменения цен.
23. Взаимосвязь спроса и предложения товара.
24. Основные признаки рынка свободной конкуренции.
25. Ценообразование на рынке монополистической конкуренции.
26. Конкурирующий (олигополистический) рынок и его особенности.
27. Монополизирован рынок и его влияние на развитие экономики.
28. Затратные методы ценообразования.
29. Рыночные методы определения цен.
30. Эконометрические методы ценообразования.
31. Установление цен в условиях формирования ценовой политики предприятия.
32. Модификации цен по географическому принципу.
33. Дифференциация цен через систему скидок.
34. Изменение цен для стимулирования сбыта.
35. Установление дискриминационных цен.
36. Ступенчатое снижение цен на предлагаемые товары.
37. Контроль за соблюдением государственной дисциплины цен.
38. Прямые и косвенные налоги в составе цены.
39. Себестоимость продукции как начальная база установления цен. Состав затрат, включаемых в себестоимость продукции.
40. Установление цен по географическому принципу.
41. Расчет цены на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли.
42. Определение спроса на товар. Понятие о эластичном и неэластичном спросе. Расчет коэффициента эластичности.
43. Прибыль в оптовой цене предприятия и способы ее определения.
44. Формирование цен на экспортируемую продукцию.
45. Определение торговых наценок при формировании цен реализации.

Критерии и шкала оценивания по оценочному средству
«Оценочные средства для промежуточной аттестации
(зачёт)»

Шкала оценивания (интервал баллов)	Критерий оценивания
зачтено	Задание представлено на высоком уровне (обучающийся в полном объёме (не менее 90 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). Задание оформлено в соответствии с требованиями, предъявляемыми к данному виду работ.
зачтено	Задание представлено на среднем уровне (обучающийся в целом (не менее 75 %) выполнил все поставленные задачи, привёл аргументы в пользу своих суждений и т.п.). В оформлении задания допущены некоторые неточности относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
зачтено	Задание представлено на низком уровне (обучающийся выполнил не менее половины поставленных задач или допустил существенные неточности в изложении материала, или изложил материал с существенными ошибками и т.п.). В оформлении допущены ошибки относительно требований, предъявляемых к данному виду работ.
незачтено	Задание представлено на неудовлетворительном уровне или не представлено (обучающийся не готов, не выполнил задание и т.п.).

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)

Экспертное заключение

Представленный фонд оценочных средств (далее – ФОС) по дисциплине «Ценообразование» соответствует требованиям ГОС ВО.

Предлагаемые формы и средства текущего и промежуточного контроля адекватны целям и задачам реализации основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.06. Торговое дело.

Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающегося представлены в полном объёме.

Виды оценочных средств, включённые в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

Разработанный и представленный для экспертизы фонд оценочных средств рекомендуется к использованию в процессе подготовки бакалавров, по указанному направлению.

Председатель учебно-методической
комиссии Экономического факультета



Е.Н. Шаповалова