

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

БАРНАУЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ

Кафедра «Экономика, менеджмент и маркетинг»

А.Р. Ижболдин-Кронберг

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ


Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.01 «Экономика»,
профиль «Финансы и кредит»

Барнаул 2018

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

БАРНАУЛЬСКИЙ ФИЛИАЛ

Кафедра «Экономика, менеджмент и маркетинг»

УТВЕРЖДАЮ
 Директор филиала
В.А. Иванова
«25» мая 2018 г.

А.Р. Ижболдин-Кронберг

ЦЕНЫ И ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки
38.03.01 «Экономика»,
профиль «Финансы и кредит»

*Рекомендовано Ученым советом Барнаульского филиала
(протокол № 01 от 25 мая 2018 г.)*

*Одобрено кафедрой «Экономика, менеджмент и маркетинг»
(протокол № 9 от 25 апреля 2018 г.)*

Барнаул 2018

УДК 004:339.138(073)

ББК 65.291.3с51

И 13

Рецензент: Сычева И.Н., д.э.н., директор Института экономики и управления, профессор кафедры «Менеджмент»

А.Р. Ижболдин-Кронберг

Цены и ценообразование: Рабочая программа дисциплины для студентов направления подготовки: 38.03.01 «Экономика», профиль: «Финансы и кредит» по очной и заочной формам обучения. – Барнаул.: Барнаулский филиал Финуниверситета, кафедра «Экономика, менеджмент и маркетинг», 2018. – 40 с.

В рабочей программе дисциплины представлены: тематический план изучения дисциплины, содержание тем дисциплины, учебно-методическое обеспечение.

Учебное издание

А.Р. Ижболдин-Кронберг

Цены и ценообразование

Рабочая программа дисциплины

Компьютерный набор, верстка: *А.Р. Ижболдин-Кронберг*
Формат 60х90/16 Гарнитура *Times New Roman*

© А.Р. Ижболдин-Кронберг, 2018
© Барнаулский филиал Финуниверситета, 2018

Содержание

1.	Наименование дисциплины.....	5
2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения.....	5
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	7
4.	Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся.....	8
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	8
5.1.	Содержание дисциплины.....	8
5.2.	Учебно-тематический план.....	12
5.3.	Содержание семинаров, практических занятий.....	13
6.	Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	15
6.1.	Формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	15
6.2.	Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы	18
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	23
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	29
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	30
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	31
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	39
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	39

1. Наименование дисциплины

Цены и ценообразование

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения

Изучение дисциплины «Цены и ценообразование» в сочетании с другими дисциплинами профессионального цикла направлено на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой и направлениями подготовки.

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции
ПKN-2	Способность на основе существующих методик, нормативно-правовой базы рассчитывать финансово-экономические показатели, анализировать и содержательно объяснять природу экономических процессов на микро- и макроуровне	1. Применяет нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок расчета финансово-экономических показателей. 2. Производит расчет финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях. 3. Анализирует и раскрывает природу экономических процессов на основе полученных финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.	<i>Знать:</i> - основные нормативно-правовые документы в области регулирования рынка и цен. - базовые экономические понятия, объективные основы функционирования экономики и поведения экономических агентов, рыночный механизм ценообразования; - основные виды ценовых инструментов; - основы функционирования механизма ценообразования в различных рыночных ситуациях; - условия функционирования национальной экономики, понятия и факторы ценообразования <i>Уметь:</i> - анализировать финансовую и экономическую информацию, необходимую для принятия обоснованных ценовых решений в профессиональной сфере; - оценивать процентные, кредитные, курсовые, рыночные, операционные, общеэкономические, политические риски неблагоприятных экономических и политических событий для проектов; - искать и собирать рыночную, финансовую и производственную информацию, необходимую для установления цен - рассчитать базовую цену на товар по выбранному методу ценообразования; <i>Владеть:</i>

			<ul style="list-style-type: none"> - практическими аспектами реализации ценовой политики и стратегии; - методами ценового планирования в профессиональной деятельности
ПКН-4	Способность оценивать показатели деятельности экономических субъектов	<p>1. Проводит анализ внешней и внутренней среды ведения бизнеса, выявляет основные факторы экономического роста, оценивает эффективность формирования и использования производственного потенциала экономических субъектов.</p> <p>2. Рассчитывает и интерпретирует показатели деятельности экономических субъектов.</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - различные виды экономической политики предприятия, связанные с текущими, средними и долгосрочными планами, задачами ценовой политики вытекающие из экономической политики; - особенности, условия, возможности ценообразования, а также его основные методы, модели их применения; <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - разработать ценовую политику предприятия с учётом факторов внутренней и внешней среды; - применять инструменты ценовой тактики в соответствии с выбранной ценовой стратегией, и корректировать её в случае необходимости; - использовать модели ценообразования в практике; - принимать адекватные решения при построении моделей ценообразования. <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками определения ценовой эластичности спроса; - затратными, рыночными, нормативно-параметрическими методами определения цены. - методами анализа рынка и цен и содержательно интерпретировать полученные результаты
ПКП-5	Способности анализировать и оценивать риски денежно-кредитной и финансовой сферы, разрабатывать и осуществлять мероприятия по их снижению, оценивать эффективность использования финансовых инструментов для минимизации финансовых потерь как на макроуровне, так и в деятельности финансово-кредитных институтов, финансовых органов, публично-правовых образований	<p>1. Демонстрирует способности анализировать и оценивать риски денежно-кредитной и финансовой сферы, разрабатывать и осуществлять мероприятия по их снижению,</p> <p>2. Использует результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных проектов и</p>	<p><i>Знать:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - порядок документирования процесса ценообразования и издержек, оказывающих влияние на цену <p><i>Уметь:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - осуществлять документирование влияния издержек и расчета цены на продукцию (товары, работы, услуги) <p><i>Владеть:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления документов по отражению издержек и формированию цены в конкретных условиях.

		принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях.	
--	--	---	--

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Цены и ценообразование» относится к модулю профиля основной образовательной программы по направлению «Экономика» профиль «Финансы и кредит».

Для освоения дисциплины «Цены и ценообразование» студент должен обладать знаниями, полученными при изучении предшествующих дисциплин: «Математика», «Микроэкономика», «Финансы, деньги, кредит», «Управление маркетингом».

Требования к входным знаниям, умениям и владениям. Студент должен:

Знать:

- основные понятия, связанные с процессом ценообразования в организации;
- основные финансово-экономические показатели и цели деятельности организации в области ценообразования;

Уметь:

- осуществлять выбор и анализ экономической информации, необходимой для выработки ценовой политики;
- определять цель и стратегические задачи деятельности организации;

Владеть:

- методами расчета затрат и калькулирования себестоимости.

В свою очередь, изучение дисциплины «Цены и ценообразование» позволит конкретизировать полученные знания, умения, навыки применительно к разработке ценовой политики и стратегии организации, расчету цен для различных рыночных ситуаций, управлению ценами в зависимости от изменений внешней рыночной среды.

4. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с

выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/ед. и часах) для очной / заочной форм обучения	Семестр 4 (в часах) для очной формы обучения	Семестр 6 (в часах) для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	3 з/ед, 108 час.	3 з/ед, 108 час.	3 з/ед, 108 час.
Контактная работа - Аудиторные занятия	36/6	36	6
Лекции	16/2	16	2
Семинары, практические занятия	20/4	20	4
Самостоятельная работа	72/102	72	102
Текущий контроль	ДТЗ	ДТЗ	ДТЗ
Промежуточная аттестация	Зачет	Зачет	Зачет

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Исторические аспекты развития теории цен в рамках основных экономических школ

Определение сущности стоимости на ранних этапах развития экономической науки. Стоимость и цена в теории представителей классической школы. Влияние теории маржинализма на развитие ценообразования. Теория цены и стоимости представителей кембриджской школы. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимость и цена в современных условиях.

Тема 2. Цена как экономическая категория. Принципы и методы ценообразования

Роль цены в современной экономике на микро- и на макроэкономическом уровне. Цена и экономическая система, всеобщность категории цены в рыночной экономике. Цена как инструмент экономической политики. Миссия цены.

Межотраслевой баланс (МОБ), взаимосвязь отраслей промышленности. Классификация цен и система цен как отражение экономических связей в промышленности. Принципы ценообразования: общие, экономические и административные. Экономические функции цен. Специфика факторов, по которым оцениваются результаты деятельности. Классификация методов ценообразования по трём группам. Сравнение характеристик методов ценообразования: затратного, рыночного и ценностного.

Тема 3. Ценовая политика фирмы. Методология управления ценами

Виды экономической политики для фирмы, обладающей существенным производственным потенциалом. Внешние и внутренние факторы, влияющие на экономическую политику. Взаимосвязь экономической, маркетинговой и ценовой политики фирмы. Роль экономической политики в деятельности крупной компании или фирмы, и факторы, определяющие эту политику. Формулирование целей ценовой политики на основе задач, как экономической политики, так и с учётом маркетинговой политики. Сущность, и этапы формирования ценовой политики. Взаимосвязь категорий: ценовой политики, метода ценообразования и ценовой стратегии. Обоснование расчётной базовой цены, полученной с помощью метода ценообразования, как исходного уровня цены при реализации ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Эластичность спроса и ее влияние на установление цены. Основные формулы цены, включая рентабельность производства. Рентабельность ряда отраслей промышленности и экономики в целом. Цена на новый и традиционный товары. Состав и структура цены; налоги и надбавки в структуре цены.

Тема 4. Методы и способы ценообразования

Затратный метод ценообразования: условия его появления в России, основные характеристики, преимущества и недостатки. Шесть основных способов затратного ценообразования. Рыночный метод ценообразования в России, условия перехода к нему. Преимущества и недостатки метода. Четыре

способа рыночного ценообразования. Ценность товара или услуги - шесть позиций по восприятию её покупателем. Ценностный метод ценообразования в России, обоснование условий перехода к нему. Преимущества и недостатки ценностного метода ценообразования по сравнению с рыночным ценообразованием. Два способа ценностного ценообразования. Параметрические методы ценообразования. Способы ценообразования, связанные со стимулированием спроса. Ценообразование на оборудование и иные факторы производства.

Тема 5. Факторы, влияющие на установление цены

Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса на товары: уникальность товара; затраты на переключение; затруднённость сравнений; оценка качества через цену; дороговизна товара; значимость конечного результата; возможность разделения затрат; мера «справедливости» цены; фактор создания запасов. Престижное потребление по Т. Веблену. Ценовые ожидания, ценовые ощущения - их влияние на решения покупателя, связанные с покупками. Ценообразование и жизненный цикл товара. Варианты кривой ЖЦ различных товаров. Ценовые ступеньки на товары— новинки, модифицированные и традиционные товары. Уравнение товарного обмена (уравнение Фишера) и параметры в нём, влияющие на инфляцию. Инфляция как многофакторный процесс, включая инфляционный налог. Причины появления гиперинфляции при переходе России к рыночной экономике. Цены и инфляция в России: динамика и анализ изменения. Анализ влияния инфляции на оплату труда в России.

Тема 6. Нормирование и налоги в ценообразовании

Виды нормирования в экономике. Роль нормирования затрат в организации производства. Норма расхода (НР) сырья, комплектующих и других видов прямых затрат, включая энергоресурсы и топливо. Виды и области использования НР. Материальный баланс производства, как основа для расчёта НР. Нормирование затрат в себестоимости продукции или услуг. Нормирование

затрат с целью определения требуемых объёмов сырья и материалов. Нормирование затрат и сверхнормативные расходы. Правило оплаты сверхнормативных расходов. Ситуации, когда сверхнормативные расходы обоснованы. Налоги в цене продукции или услуги. Влияние посредников на формирование цены. Сравнение двух способов продажи товаров: без посредников (прямой сбыт) и с посредниками (косвенный сбыт). Диктат посредников на российском рынке при высокой фрагментарности действий в России иностранных торговых компаний. Цены и ценообразование в нашей стране в условиях затянувшегося кризиса с учётом экономических санкций и реализации политики импортозамещения.

Тема 7. Стратегические и тактические основы ценообразования

Виды, характеристики и области применения ценовых стратегий: конкурентного и ассортиментного ценообразования, а также дифференциации цен и потребителей. Выбор вида ценовой стратегии, исходя из задач экономической политики и целей ценовой политики. Базовая цена, как результат установления цены с помощью метода ценообразования. Базовая цена – основа для ценового маневра (изменения цены) в выбранной ценовой стратегии, в том числе для максимизации прибыли на долгосрочный период. Этапы разработки стратегий ценообразования. Тактические инструменты управления ценами. Виды, характеристики и условия применения основных ценовых стратегий: конкурентных и ассортиментных стратегий, дифференциации потребителей и цен. Ситуация экономической неопределённости по двум направлениям: стагнация рынка и развитие процессов концентрирования капитала (слияние и поглощение фирм), которая влияет на ценовую стратегию крупных фирм и международных компаний.

Тема 8. Государственное регулирование и контроль цен

Цены, система цен и тарифы – их взаимосвязь и отличия. Роль тарифов в регулировании цен в экономике, включая факторы ресурсов и территорий,

деятельность монополий и социальный фактор. Классификация тарифов по признакам: роли государства; по отраслям и применению, сферам обслуживания, по уровням оплаты. Особенности тарификации при оплате труда и эквайринге. Методы государственного регулирования тарифов естественных монополий.

Обоснование государственного регулирования цен, исходя из функций цен, а также административного принципа ценообразования. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен в экономике. Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Федеральный закон «О торговле». Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен. Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Методы контроля ФАС за ценами, устанавливаемыми монополиями. Особенности установления цен в отечественной торговле. Ухудшение экономической ситуации в стране в 2015 году. Согласование мер государства и крупного бизнеса, включая торговые, сети по реализации мер, направленных на стабилизацию спроса населения и цен на социально значимые товары.

5.2 Учебно-тематический план 2018 очная/заочная формы обучения

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа	
			Общая	Лекции	Семинары, практические занятия	Занятия в интерактивных формах		
1	Тема 1. Исторические аспекты развития теории цен в рамках основных экономических школ	12/12,5	4/0,5	2/0	2/0,5	1/0,25	8/12	Презентации, дискуссия.
2	Тема 2. Цена как экономическая категория. Принципы и методы ценообразования	12/12,5	4/0,5	2/0	2/0,5	1/0,25	8/12	Дискуссия. Тестирование

3	Тема 3. Ценовая политика фирмы. Методология управления ценами	14/13	4/1	2/0,5	2/0,5	1/0,25	10/12	Опрос, кейс. Решение и разбор задач.
4	Тема 4. Методы и способы ценообразования	12/13,5	4/1,5	2/1	2/0,5	1/0,25	8/12	Тестирование, решение и разбор задач.
5	Тема 5. Факторы, влияющие на установление цены	12/12,5	4/0,5	2/0	2/0,5	1/0,25	8/12	Опрос, презентация, дискуссия.
6	Тема 6. Нормирование и налоги в ценообразовании	16/14,5	6/0,5	2/0	4/0,5	1/0,25	10/14	Решение и разбор задач. Дискуссия.
7	Тема 7. Стратегические и тактические основы Ценообразования	16/15	6/1	2/0,5	4/0,5	2/0,5	10/14	Тестирование Кейс.
8	Тема 8. Государственное регулирование и контроль цен	14/14,5	4/0,5	2/0	2/0,5	1/0,25	10/14	Презентация, дискуссия.
Всего		108/108	36/6	16/2	20/4	10/2	72/102	ДТЗ

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
Тема 1. Исторические аспекты развития теории цен в рамках основных экономических школ	Стоимость и цена в теории представителей классической школы. Влияние теории маржинализма на развитие ценообразования. Теория цены и стоимости представителей кембриджской школы. Стоимость товара и прибавочная стоимость. Стоимость и цена в современных условиях. Рекомендуемые источники: основная литература №№ 1, 2.	Интерактивная презентация. Дискуссия.

Тема 2. Цена как экономическая категория. Принципы и методы ценообразования	Цена и экономическая система, всеобщность категории цены в рыночной экономике. Цена как инструмент экономической политики. Миссия цены. Классификация цен и система цен как отражение экономических связей в промышленности. Принципы ценообразования: общие, экономические и административные. Экономические функции цен. Рекомендуемые источники: законодательные и нормативные акты; №№ 1-5.	Дискуссия. Тестирование.
Тема 3. Ценовая политика фирмы. Методология управления ценами	Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Эластичность спроса и ее влияние на установление цены. Основные формулы цены, включая рентабельность производства. Рекомендуемые источники: законодательные и нормативные акты; №№ 1, 2, 4.	Опрос, кейс. Решение и разбор задач.
Тема 4. Методы и способы ценообразования	Затратный метод ценообразования. Рыночный метод ценообразования. Ценностный метод ценообразования. Параметрические методы ценообразования. Рекомендуемые источники: №№ 1, 2, 4; периодические издания.	Тестирование. Решение и разбор задач.
Тема 5. Факторы, влияющие на установление цены	Чувствительность покупателей к уровню цен. Факторы (или эффекты), снижающие ценовую чувствительность спроса на товары Ценообразование и жизненный цикл товара. Инфляция как многофакторный процесс Рекомендуемые источники: №№ 1- 5; периодические издания.	Устный ответ. Интерактивная презентация. Дискуссия.
Тема 6. Нормирование и налоги в ценообразовании	Норма расхода (НР) сырья, комплектующих и других видов прямых затрат, включая энергоресурсы и топливо. Виды и области использования НР. Материальный баланс производства, как основа для расчёта НР. Нормирование затрат в себестоимости продукции или услуг. Нормирование затрат с целью определения требуемых объемов сырья и материалов. Рекомендуемые источники: законодательные и нормативные акты; №№ 1-5; периодические издания.	Решение и разбор задач. Дискуссия.
Тема 7. Стратегические и тактические основы ценообразования	Виды, характеристики и условия применения основных ценовых стратегий: конкурентных и ассортиментных стратегий, дифференциации потребителей и цен, психологического ценообразования, престижного ценообразования, взаимосвязи цены и качества и др. Рекомендуемые источники: №№ 1-5; периодические издания.	Тестирование. Кейс.

Тема 8. Государственное регулирование и контроль цен	Цены, система цен и тарифы. Роль тарифов в экономике. Классификация тарифов. Методы государственного регулирования тарифов естественных монополий. Обоснование государственного регулирования цен, исходя из функций цен, а также административного принципа ценообразования. Роль, цели и задачи государственного регулирования цен в экономике. Виды прямого и косвенного регулирования цен. Нормативные акты и законодательная база государственного регулирования цен. Рекомендуемые источники: законодательные и нормативные акты.	Интерактивная презентация. Дискуссия.
--	---	---------------------------------------

6. Учебно-методическое обеспечение для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Формы внеаудиторной самостоятельной работы

По данной дисциплине не предусматривается тем, полностью отведенных на самостоятельное освоение. Внеаудиторная работа обучающихся заключается в подготовке к семинарским и практическим занятиям, в т.ч. в интерактивной форме.

Наименование разделов, тем входящих в дисциплину	Формы внеаудиторной самостоятельной работы	Указание разделов и тем, отводимых на самостоятельное освоение обучающимися
Тема 1. Исторические аспекты развития теории цен в рамках основных экономических школ	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка рефератов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии. 	Стоимость товара и прибавочная стоимость. Российские ученые-экономисты, внесшие вклад в развитие теории стоимости и цены. Стоимость и цена в современных условиях.
Тема 2. Цена как экономическая категория. Принципы и методы ценообразования	<ul style="list-style-type: none"> - работа с литературными и интернет-источниками; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; 	Межотраслевой баланс (МОБ), взаимосвязь отраслей промышленности. Специфика факторов, по которым оцениваются результаты деятельности. Классификация методов ценообразования по трём группам. Сравнение характеристик методов

	- подготовка к участию в дискуссии.	ценообразования: затратного, рыночного и ценностного.
Тема 3. Ценовая политика фирмы. Методология управления ценами	- работа с конспектом лекции; - работа с литературными и интернет-источниками; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению задач.	Обоснование расчётной базовой цены, полученной с помощью метода ценообразования, как исходного уровня цены при реализации ценовой стратегии. Политика фирмы на рынках, различных по типам конкуренции. Ценовая конкуренция. Цена на новый и традиционный товары.
Тема 4. Методы и способы ценообразования	- работа с конспектом лекции; - работа с литературными и интернет-источниками; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению задач.	Ценностный метод ценообразования в России, обоснование условий перехода к нему. Преимущества и недостатки ценностного метода ценообразования по сравнению с рыночным ценообразованием. Два способа ценностного ценообразования. Ценообразование на оборудование и иные факторы производства.
Тема 5. Факторы, влияющие на установление цены	- работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка рефератов и мультимедийных презентаций; подготовка к участию в дискуссии.	Уравнение товарного обмена (уравнение Фишера) и параметры в нём, влияющие на инфляцию. Инфляция как многофакторный процесс, налог. Причины появления гиперинфляции при переходе России к рыночной экономике. Цены и инфляция в России: динамика и анализ изменения. Анализ влияния инфляции на оплату труда в России.
Тема 6. Нормирование и налоги в ценообразовании	- работа с конспектом лекции; - работа с литературными и интернет-источниками; - подготовка к решению задач.	Налоги в цене продукции или услуги. Влияние посредников на формирование цены. Сравнение двух способов продажи товаров: без посредников (прямой сбыт) и с посредниками (косвенный сбыт). Диктат посредников на российском рынке при

		высокой фрагментарности действий в России иностранных торговых компаний. Цены и ценообразование в нашей стране в условиях затянувшегося кризиса с учётом экономических санкций и реализации политики импортозамещения.
Тема 7. Стратегические и тактические основы ценообразования	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с литературными и интернет-источниками; - работа с электронной библиотечной системой; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка к тестированию; - подготовка к решению кейса. 	Ситуация экономической неопределённости по двум направлениям: стагнация рынка и развитие процессов концентрирования капитала (слияние и поглощение фирм), которая влияет на ценовую стратегию крупных фирм и международных компаний.
Тема 8. Государственное регулирование и контроль цен	<ul style="list-style-type: none"> - работа с конспектом лекции; - работа с электронной библиотечной системой; - работа с информационно-образовательным порталом (ИОП) Финуниверситета; - составление плана и тезисов ответов на контрольные вопросы; - подготовка рефератов и мультимедийных презентаций; - подготовка к участию в дискуссии. 	Федеральный закон «О торговле». Исполнительные государственные органы, связанные с регулированием и контролем цен. Федеральная антимонопольная служба (ФАС). Методы контроля ФАС за ценами, устанавливаемыми монополиями. Особенности установления цен в отечественной торговле. Ухудшение экономической ситуации в стране в 2015 году. Согласование мер государства и крупного бизнеса, включая торговые, сети по реализации мер, направленных на стабилизацию спроса населения и цен на социально значимые товары.

6.2 Методическое обеспечение для аудиторной и внеаудиторной самостоятельной работы

Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Система цен в экономике и принципы их дифференциации.
2. Сущность, цели и принципы разработки ценовой стратегии предприятия.

3.Последовательность и содержание этапов процесса разработки ценовой стратегии предприятия.

4.Функции цен: регулирования и контроля, измерительная, стимулирующая.

5.Виды ценовых стратегий и условия их применения.

6.Стратегия «премиального ценообразования» и условия ее применения.

7.Стратегия «ценового прорыва» и условия ее применения.

8.Стратегия «нейтрального ценообразования» и условия ее применения.

9.Роль эластичности спроса при выборе ценовой стратегии.

10. Взаимосвязь стратегии маркетинговой деятельности и ценовой стратегии в системе управления предприятием.

11. Особенности применения ценовых стратегий на рынке чистой конкуренции.

12.Особенности применения ценовых стратегий на рынке монополистической конкуренции.

13. Особенности применения ценовых стратегий в условиях олигополии.

14. Особенности применения ценовых стратегий в условиях монополии.

15.Применение ценовых стратегий на различных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ).

16. Применение внутренней и внешней маркетинговой информации в разработке ценовой стратегии предприятия.

17. Тактические инструменты реализации ценовой стратегии.

18.Законодательная база государственного регулирования цен в РФ.

19.Формы и методы государственного регулирования цен.

20.Методы затратного ценообразования.

21.Методы рыночного ценообразования.

22.Методы нормативно-параметрического ценообразования.

23.Нормирование и налоги в цене продукции.

24. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках классической экономической школы.

25. Исторические аспекты развития теории стоимости в древности.
26. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках маржинализма.
27. Исторические аспекты развития теории стоимости в неоклассической экономической школы.
28. Ценообразование и жизненный цикл продукции.
29. Ценообразование в зависимости от различных типов конкуренции.
30. Цена как элемент комплекса маркетинга. Факторы, определяющие чувствительность потребителей к цене.

Пример тестирования

1. В первобытном обществе разделение на богатых и бедных произошло в силу следующей причины:

- а) отдельные члены племени стали удачливее в охоте;
- б) наиболее сильные люди в племени отняли у слабых и перераспределили общее имущество
- в) появились примитивные орудия труда и прирученные животные;
- г) повысилась сноровка и некоторые соплеменники стали собирать больше съедобных плодов и корней.

2. Кто из древних мыслителей предложил термин «экономика»:

- а) древнекитайский мыслитель Конфуций;
- б) философ Ксенофонт в Древней Греции;
- в) термин появился в коллективном экономическом трактате «Гуаньцзы»;
- г) древнегреческий философ Аристотель

3. Назовите имя учёного Древнего Китая, Индии и Древней Греции, задавшего вопрос: «Чем определяются пропорции обмена товаров»?

- а) Конфуций;
- б) Каутилья;
- в) Ксенофонт;

г) Аристотель.

4. Что не относится к источникам формирования потребительных стоимостей согласно учениям Аристотеля:

- а) земледелие;
- б) ремесло;
- в) крупная торговля;
- г) мелкая торговля.

5. Какому мыслителю принадлежит утверждение о том, что характерной чертой любого товара является наличие потребительной и меновой

стоимости:

- а) Ксенофону;
- б) Каутилье;
- в) Конфуцию;
- г) Фоме Аквинскому.

6. Разработка современной концепции цены и миссии цены воплощается на основании:

- а) теории размещения производства, включая современные наработки;
- б) учёта основных правил и положений теорий ценообразования;
- в) запросов постиндустриального общества в условиях стремления сделать мир духовным, а жизнь более комфортной;
- г) усиления как национальной, так и международной конкуренции, когда резко повышается самостоятельность не только регионов, но и крупных фирм.

7. Цена- отражение экономики государства

- а) соответствует уровню покупательской платежеспособности населения;
- б) отражает уровни: производительных сил, макроэкономических показателей, а также экономической стабильности;
- в) свидетельствует о наличии или отсутствии экономических проблем в государстве;
- г) выражает стремление бизнеса развивать в качестве приоритета

национальную экономику.

8. Цена – индикатор экономики страны на микроэкономическом уровне, поскольку с использованием цен:

- а) на предприятии осуществляются основные экономические процессы;
- б) формируется система оплаты труда на предприятии или фирме
- в) анализируются эффективность учёта затрат в центрах ответственности управления производством
- г) сравниваются цены собственной продукции с ценами на аналогичную продукцию у конкурентов.

9. Цена – индикатор экономики страны на макроэкономическом уровне, что вытекает из следующих утверждений:

- а) цены – основной фактор, определяющий инвестиционную привлекательность страны для внутренних и зарубежных инвесторов
- б) проявляется тесная взаимосвязь цен с финансовой и налоговой системами, валютным курсом денежной единицы.
- в) решающую роль в стимулировании роста экономики всей страны оказывает государственная политика цен;
- г) уровень цен в стране существенно влияет на покупательскую способность населения.

10. Тариф как цена, устанавливаемая по административному принципу применяется в случаях:

- а) оплате массовых услуг по консультациям населения;
- б) оплаты услуг требующих наличия сложной инфраструктуры;
- в) услуг, имеющих социальную значимость;
- г) произвольной платы за выполненную работу.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях кафедры.

Перечень тем для подготовки домашнего творческого задания

1. Виды ценовых стратегий и условия их применения.

2. Стратегия «премиального ценообразования» и условия ее применения.
3. Стратегия «ценового прорыва» и условия ее применения.
4. Стратегия «нейтрального ценообразования» и условия ее применения.
5. Роль эластичности спроса при выборе ценовой стратегии.
6. Взаимосвязь стратегии маркетинговой деятельности и ценовой стратегии в системе управления предприятием.
7. Особенности применения ценовых стратегий на рынке чистой конкуренции.
8. Особенности применения ценовых стратегий на рынке монополистической конкуренции.
9. Особенности применения ценовых стратегий в условиях олигополии.
10. Особенности применения ценовых стратегий в условиях монополии.
11. Применение ценовых стратегий на различных этапах жизненного цикла товара (ЖЦТ).
12. Применение внутренней и внешней маркетинговой информации в разработке ценовой стратегии предприятия.
13. Тактические инструменты реализации ценовой стратегии.
14. Законодательная база государственного регулирования цен в РФ.
15. Формы и методы государственного регулирования цен.
16. Методы затратного ценообразования.
17. Методы рыночного ценообразования.
18. Методы нормативно-параметрического ценообразования.
19. Нормирование и налоги в цене продукции.
20. Исторические аспекты развития теории стоимости в рамках классической экономической школы.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости

Очная форма обучения

<i>Вид учебной деятельности</i>	<i>Баллы</i>	<i>Примечание</i>
Выступление по вопросу на семинарском занятии	До 2	20 баллов до 15 ноября
Аудиторная проверочная работа	До 5	
Доклад с презентацией по заданной теме	До 3	

Входной тест, тестирование по материалу темы (раздела)	До 3	20 баллов до 30 декабря
Работа с кейсом	До 3	
Посещаемость	До 4	
Тестирование по материалу темы (раздела)	До 2	
Выступление по вопросу на семинарском занятии	До 2	
Контрольная работа	До 16	
	40	За семестр

Заочная форма обучения

<i>Вид учебной деятельности</i>	<i>Баллы</i>	<i>Примечание</i>
Выступление по вопросу на семинарском занятии	До 2	В течение семестра
Аудиторная проверочная работа	До 5	
Работа с кейсом	До 3	
Доклад с презентацией по заданной теме	До 2	
Входной тест, тестирование по материалу темы (раздела)	До 4	
Контрольная работа	До 16	
Посещаемость	До 8	
	40	За семестр

Устанавливается следующее соответствие посещаемости занятий (% от общего числа академических часов по учебной дисциплине) баллам балльно-рейтинговой системы (заочное/очное):

посещение 81-100% учебных занятий – 8/4 баллов

посещение 51 - 80% учебных занятий – 4/2 балла

посещение менее 50 % учебных занятий – 0 баллов

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции

Компетенция	Типовые задания
ПКН-2 Способность на основе существующих методик, нормативно-правовой базы рассчитывать финансово-экономические показатели, анализировать и содержательно объяснять природу экономических	1. Применяет нормативно-правовую базу, регламентирующую порядок расчета финансово-экономических показателей. Задание 1 Поставщик сырья обратился с просьбой снизить цену на разгрузочные работы. Поскольку фирма имеет среднесрочное сотрудничество, может ли она обратиться со встречным предложением к поставщику? Задание 2 Для товара N получены координаты трёх точек кривой спроса. Исходные данные. Точка А. $p_1=41$ руб.; число продаж $Q_1 = 70$ шт. $P_2=40$ руб. число продаж $Q_2 = 74$ шт. Точка С. $p_1=34$ руб.; число продаж $Q_1 = 110$ шт. $P_2=32$ руб. число продаж $Q_2 = 115$ шт. Точка D. $p_1=22$ руб.; число продаж $Q_1 = 160$ шт.

<p>процессов на микро- и макроуровне</p>	<p>$P_2 = 20$ руб. число продаж $Q_2 = 170$ шт. Определить: 1) коэффициенты эластичности участков AC или CD; 2) на каком из этих участков возможно изменение цен?</p> <p>Задание 3 Задание посвящено актуальности использования нормирования всеми участниками товароборота. Исходные данные. Опытная партия швейных изделий: количество 18 изделий; материала израсходовано 65,7 метров. Промышленная партия швейных изделий: Выпущено 1569 изделий Расход ткани 6115 метра. Цена 1 метра ткани 4300 рублей. 1) Определить опытную и фактическую норму расхода ткани. 2) Рассчитать, если есть перерасход ткани, а также величину доплаты в бюджет (налог на прибыль 20%).</p> <p>Задание 4 Себестоимость изделия равна 960р. Рентабельность производства $R = 21\%$. Акциз 38%. НДС 18% . Наценка оптовика 12%. Наценка розничной торговли 7%. Определить: 1) розничную цену товара и 2) НДС в этой цене.</p>
	<p>2. Производит расчет финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.</p> <p>Задание 1 Нормы расхода $H_p = M/GP$, этот показатель определяет количества материала M, приходящего на единицу готовой продукции GP. Как показатель нормы расхода HP используют в логистике?»</p> <p>Задание 2 Назовите какой из уровней планирования: текущий , среднесрочный или стратегический утверждается руководством фирмы, и почему?</p> <p>Задание 3 Исходные данные Себестоимость нового изделия $C_{инв.}$, руб. 2300 Объём инвестиций $I_{инв.}$, млн. руб. 5,0 Годовой выпуск изделий Q, шт. 8 500 Рентабельность, R, % 42,0 Определить цену нового инвестиционного изделия</p> <p>Задание 4 Исходные данные. Первоначальная стоимость оборудования, млн. руб. 280, 5 Срок службы оборудования, лет 8. Предусмотрены капитальных ремонта, шт. 2 Стоимость капитального ремонта, млн. руб. 42,25 Ликвидационная стоимость оборудования, млн.руб. 3,7 Затраты на ликвидацию оборудования, млн.руб. Годовой объём выпуска изделий в год 20000 Переменные затраты на одно изделие, руб. 440 Накладные расходы одно изделие, руб. 270 Рентабельность производства, % 17</p>

	<p>Определить цену единицы изделия $C_{\text{изд.}}$.</p> <p>3.Анализирует и раскрывает природу экономических процессов на основе полученных финансово-экономических показателей на макро-, мезо- и микроуровнях.</p> <p>Задание 1 Сегодня, в условиях развитого общества начинает доминировать маркетинг 3.0. В каком случае и в наши дни может оказаться востребованным маркетинг 1.0?</p> <p>Задание 2 Оптовая наценка $N_{\text{опт.}}, \%$ 26,0 НДС, % 20 Определить: 1). Рентабельность производства, оптовую и розничные цены с НДС. НДС, который должен перечислить оптовик в бюджет.</p> <p>Задание 4 В торговой сети «Хозяйственные товары» один из её магазинов за текущий год планировал получить 452 900 тыс. руб. дохода, рассчитывая получить общую прибыль 60554 тыс. руб. Товарные остатки за указанный период составили 7824 тыс. руб., включая нераспроданные товары прошлого года в размере 4752 тыс.руб. Определить планируемую и фактическую розничные наценки.</p> <p>Задание 3 Полная себестоимость изделия $C_{\text{полн.}}$, руб. 400,0 Отпускная цена товара (без НДС) $C_{\text{отп.}}$, руб. 484,0 Розничная наценка $N_{\text{розн.}}, \%$ 12,0</p>
<p>ПКН-4 Способность оценивать показатели деятельности экономических субъектов</p>	<p>1. Проводит анализ внешней и внутренней среды ведения бизнеса, выявляет основные факторы экономического роста, оценивает эффективность формирования и использования производственного потенциала экономических субъектов.</p> <p>Задание 1 Если в затратном методе ценообразования не все отделы связаны с клиентами то как необходимо поступить с затратами таких отделов при расчёте общей себестоимости продукции за год.</p> <p>Задание 2 Объём производства $Q_{\text{произ.}} = 1400$ шт. Переменные затраты на единицу изделия $VC_{\text{ед.}} = 160$ руб. Рентабельность производства $R = 24\%$. Постоянные затраты, общие $FC_{\text{общ.}} = 322\,000$ руб. Определить точку безубыточности производства $Q_{\text{безуб.}}$.</p> <p>Задание 3 Доход от реализации партии товара (с НДС), тыс. руб. 1 300,0 Себестоимость единицы товара, руб. 104 Рентабельность производства, % 25 Доля материала (с НДС) в себестоимости единицы товара, % 34 Определить величину НДС, которую фирма после реализации партии товара перечислила на счёт «Расчёты с бюджетом».</p> <p>Задание 4 Первоначальная стоимость гостиницы, млн. руб. 620 Количество капитальных ремонтов 3 Стоимость капитального ремонта, млн. руб. 75 Норма амортизации здания гостиницы, % 1,25 Текущий ремонт и обслуживание здания, % от годовой амортизации 12</p>

	Полезная площадь по номерам и другие комнаты, м ²	2400
	Средняя площадь гостиничного номера, м ²	40
	Накладные расходы за год, млн.руб.	81,6
	Рентабельность продаж гостиничных услуг, %	
	16 НДС, %	18
	Определить стоимость номера в гостинице за сутки	
	2. Рассчитывает и интерпретирует показатели деятельности экономических субъектов.	
	Задание 1	
	При традиционной оплате покупки наличными деньгами - тариф не нужен. Однако при оплате покупки банковской карточкой используется тарифный эквайринг. Обоснуйте его применение.	
	Задание 2	
	Себестоимость – это сумма всех издержек производства. Как приходится поступать, если обнаруживается в конце года, что кому-то из поставщиков или подрядчиков их работы по договорам не оплатили?	
	Задание 3	
	ты на единицу изделия и другие показатели: материалы, руб. 1620	
	Электроэнергия на технологические цели, руб.	130
	коммунальные услуги, руб.	25
	Топливо на технологические цели, руб.	174
	Цеховые расходы:	
	постоянные, руб.	766
	переменные, руб.	378
	Планируемая прибыль, руб.	618
	Определить цену изделия способом переменных издержек.	
	Задание 4	
	Объем партии продукции, шт. изделий	1500
	Рентабельность производства R, %.	24
	Себестоимость изделия C ₀ , руб.	990
	Процентная доля материала, A ₀ , %	32
	Стоимость материала на момент отгрузки продукции, m ₁ , руб.	340
	Стоимость отдельных составляющих в себестоимости C ₀ , руб.:	
	электроэнергии e ₀ , = 102 руб. e ₁ , = 116 руб. оплаты труда d ₀ = 296,5; d ₁ = 310	
	Определить: 1) цену единицы товара на момент отгрузки товара;	
	2) величину компенсации дохода, поскольку использована формула скользящей цены.	
	Задание 5	
	Производство широкой линейки товара. Товар продавался с использованием агрегатного способ ценообразования.	
	Исходные данные:	
	Себестоимость базовой модели руб.,	1550000
	Цена базовой модели (с НДС), руб.	1891000
	Цена дополнительной опции №1 (без НДС), руб.	37000
	Цена дополнительной опции №2 (с НДС), руб.	160 400
	Себестоимость опции №3, руб.	25300
	Продажа товара в розничной торговле Розничная наценка, %	14,0
	Скидка по условиям продажи модели с комплектацией, %	2,5
	Определить цену продажи изделия с выбранной комплектацией.	

<p>ПКП-5</p> <p>Способности анализировать и оценивать риски денежно-кредитной и финансовой сферы, разрабатывать и осуществлять мероприятия по их снижению, оценивать эффективность использования финансовых инструментов для минимизации финансовых потерь как на макроуровне, так и в деятельности финансово-кредитных институтов, финансовых органов, публично-правовых образований</p>	<p>1. Демонстрирует способности анализировать и оценивать риски денежно-кредитной и финансовой сферы, разрабатывать и осуществлять мероприятия по их снижению,</p> <p>Задание 1 Часто складывается, что производственные мощности фирмы не были загружены полностью. Или предприятие продаёт продукцию по себестоимости прямых затрат. Как в обоих случаях поступают с амортизационными отчислениями?</p> <p>Задание 2 Торговый супермаркет для молочных продуктов установил плановую розничную наценку 13,9%. Товарные потери за месяц на одну из ассортиментных позиций этого вида продукции составили 180 тыс. руб. Цена реализации этого продукта 250 руб. Объём продаж 28800 шт. Определить фактическую розничную наценку на данную позицию, поскольку списание торговых потерь осуществляется за счёт торговых наценок.</p> <p>Задание 3 Первоначальные инвестиции I_0, тыс. руб. 111 500 Доходы от инвестиций, тыс. руб.: 1-й год – 32 000 2-й год – 32 000 3-й год – 32 000 4-й год – 32 000 Ставка дисконтирования, r, % 9, 2 Определить величину чистого дисконтированного дохода NPV</p> <p>Задание 4 Первоначальная стоимость оборудования, млн. руб. 18,6 Срок ввода декабрь месяц прошлого года. Стоимость дополнительного оборудования, млн. руб. 4,0 Ввод в действие этого оборудования – 15.03 текущего года. Норма амортизации, % 10 Вид амортизации – линейная Объём выпуска продукции за год, шт. Определить: 1) остаточную стоимость оборудования на конец текущего года; 2) среднегодовую стоимость оборудования и 3) амортизационные отчисления на оборудование в себестоимости продукции.</p>
	<p>2. . Использует результаты анализа финансовой, бухгалтерской, статистической отчетности при составлении финансовых планов, отборе инвестиционных проектов и принятии оперативных решений на макро-, мезо- и микроуровнях.</p> <p>Задание 1 Поясните как объём продаж в денежном выражении связан с бюджетом организации?</p> <p>Задание 2 Почему , если производительность труда на фирме мала, то и фонд оплаты труда тоже невелик?</p> <p>Задание 3 Почему при заключении договоров на поставку продукции очень важно иметь величину расчётной базовой цены на эту продукцию?</p> <p>Задание 4</p>

	Исходные данные за месяц работы фирмы.	
	Объем выпуска продукции, шт.,	4000
	Постоянные затраты, руб. 24000	
	Переменные затраты на единицу продукции, руб.	9,0
	Коммерческие расходы, от перечисленных затрат, %	12,0
	Рентабельность, %	15,0
	Убытки прошлого периода (месяца), тыс.руб.	13,0
	Определить - величину прибыли или убытка как результат работы фирмы за месяц.	
Задание 5		
<p>На единицу продукции затраты материалы А и N равны: $M_A = 250$ руб. $M_N = 160$ руб. В себестоимость также входят транспортно-заготовительные расходы (ТЗР). Процентные доли ТЗР от стоимости материалов составляют: $ТЗР_A = 15\%$, $ТЗР_N = 8,5\%$ соответственно. В себестоимости продукции все перечисленные затраты на материалы (вместе с ТЗР) равны 25%. Рентабельность производства $R = 20,5\%$.</p> <p>Определить: 1) разницу в цене $\Delta Ц$ единицы продукции по сравнению с рыночной ценой 2045 руб. 2) указать при этом: полученная величина $\Delta Ц$ в пользу или в убыток для предприятия.</p>		

Пример задания к зачету

1. Классификация цен и система цен. Функции цен. Появление миссии цены в современной экономике (30 баллов).

2 вопрос (10 баллов). Тестовые задания

1	К функциям цен относятся:	1.Балансирования спроса и дохода населения. 2.Регулирующая функция. 3.Фискальная. 4.Распределительная. 5.Политическая функция. 6. Балансирования спроса и предложения.
2	Трансфертными ценами являются:	Цены с транспортными затратами. Цены, в расчётах между подразделениями одной фирмы. 3. Договорные цены с формулой скользящей цены. 4.Цены международных контрактов. Цена сделки со 100% предоплатой. Цены, связанные с определённым набором продуктов
3	Из утверждений выберите три, которые не входят в алгоритм способа переменных затрат.	1.В расчёте рентабельности брать только прибыль. 2.Из себестоимости исключить постоянные затраты. 3.В расчёте рентабельности брать сумму постоянных затрат и прибыли. 4.Из себестоимости исключить переменные затраты. 5.В расчёте рентабельности брать полную себестоимость. 6.В расчёте рентабельности брать переменную себестоимость.
4	На «эффект масштаба» оказывают влияние следующие элементы в себестоимости продукции:	1.Расходы на комплектующие изделия. 2.Переменные затраты – нормированные. 3.Переменные затраты – не нормированные (транспортные расходы). 4. Постоянные расходы. 5.Расходы на рекламу. 6.Расходы на коммунальные услуги для персонала.

5	К ценовым стратегиям относятся.	1.Ассортиментные стратегии. 2.Стратегии на фондовом рынке. 3. Стратегии дифференциации цен. 4.Системные стратегии цен. 5.Конкурентные стратегии. 6.Стратегии дифференциации потребителей.
---	---------------------------------	--

3 вопрос (20 баллов). Практико-ориентированное задание

Полная себестоимость изделия 400 руб. Отпускная цена товара (без НДС)
484 руб.

Розничная наценка 12%.
Оптовая наценка 26%
НДС 20%

Определить: 1). Рентабельность производства, оптовую и розничные цены с НДС;
2). НДС, который оптовик должен перечислить в бюджет.

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

Законодательные и нормативные акты

1. Конституция Российской Федерации (ст. 71).
2. Гражданский кодекс РФ. Часть I. Главы 27, 28.
3. Налоговый кодекс РФ. Часть II. Глава 25.
4. Указ Президента Российской Федерации от 28.02.1995 № 221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)». (с изм. Идоп.)
5. Федеральный конституционный закон от 17.12.1997 № 2-ФКЗ «О Правительстве Российской Федерации». (с изм. и доп.)
6. Федеральный закон от 17.08.1995 г. № 147-ФЗ «О естественных монополиях». (с изм. и доп.)
7. Федеральный закон от 28.08.1995 г. № 154-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации». (с изм. и доп.)
8. Федеральный закон Российской Федерации от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации». (с изм. и доп.)
9. Методические рекомендации по формированию и применению свободных цен и тарифов на продукцию, товары и услуги, утвержденных

Министерством экономики РФ (06.12.1995 № СИ-484/7-982). (с изм. и доп.)

10. Методические рекомендации по разработке ценовой политики предприятия. Утв. Приказом Минэкономики РФ от 01.10.1997 № 118. (с изм. и доп.)

Основная литература

1. Герасименко В.В. Ценообразование: учеб. пособие/ В. В. Герасименко. – 2-е изд.; доп. и перераб. – М.: Инфра-М, 2014. – 224 с. (ЭБС Znanium.com).

Дополнительная литература

2. Лев М.Ю. Цены и ценообразование: учебник/ М.Ю. Лев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Юнити-Дана, 2015. – 383 с. (ЭБС Online).

3. Липсиц И. В. Ценообразование: учебник и практикум для академического бакалавриата/ И. В. Липсиц. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2017. – 368 с. (ЭБС Юрайт).

4. Шуляк П.Н. Ценообразование: учебно-практическое пособие/ П.Н. Шуляк. – 13-е изд., перераб. и доп. – М.: Дашков и К, 2016. – 196 с. (ЭБС Online).

5. Ценообразование: учеб. пособие/ под ред. В.А. Слепова. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Магистр: Инфра-М, 2017. – 144 с. (ЭБС Znanium.com).

Периодические издания

- Компания.
- Научные труды Вольного экономического общества России.
- Проблемы теории и практики управления.
- Секрет фирмы.
- Управленческие науки.
- Эксперт.

9. Перечень ресурсов информационно- телекоммуникационной сети

«Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>

2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>

4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.com>

5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»

<https://www.biblio-online.ru/>

6. Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>

7. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>

8. Электронная библиотека <http://grebennikon.ru>

9. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

10. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические рекомендации по выполнению домашнего творческого задания

Выполнение домашнего творческого задания проводится с целью подготовки студентов к творческой деятельности научного, практического или методологического характера, а также формирования навыков творческого представления полученных результатов.

Цели ДТЗ:

- систематизация и углубление теоретических знаний студентов о ценах и ценообразовании;

- выработку умения формулировать и обосновывать выводы, связывать теорию с практическими действиями менеджмента организации по формированию и реализации моделей и стратегий ценообразования;

- формирование у студентов навыков поиска, подбора и анализа материалов по заданной теме.

ДТЗ является одной из форм текущего контроля успеваемости по дисциплине «Цены и ценообразование».

1. Закрепление темы домашнего творческого задания

Домашнее творческое задание представляет собой комплексную работу, охватывающую два этапа. На первом этапе за студентом закрепляется тема ДТЗ.

На втором этапе студент должен подготовить презентацию своего исследования и представить полученные результаты на семинарском занятии. Данный этап является защитой проделанной исследовательской работы.

По согласованию с преподавателем допускается:

- разработка одной и той же темы группой студентов (группа может включать 2-3 человека);
- выбор студентом собственной темы домашнего творческого задания.

Вариант ДТЗ соответствует порядковому номеру, под которым фамилия студента зафиксирована в журнале. Работа, выполненная не по своему варианту, возвращается как недопущенная к защите.

Согласно положению о балльно-рейтинговой системе максимальное количество баллов за корректно выполненное, правильно оформленное, сданное в срок и успешно защищенное домашнее творческое задание составляет 16 баллов.

Оценка, полученная по итогам выполнения ДТЗ, включается в общую оценку студента за работу в семестре.

Общие методические указания по выполнению домашнего творческого задания

Начиная подготовку к выполнению домашнего творческого задания, следует:

- четко определить смысл задания, которые предстоит выполнить;
- составить план, позволяющий установить ключевые моменты подготовки и их последовательность. Данное действие позволит студенту повысить свою дисциплинированность и организованность.

В процессе выполнения домашнего творческого задания следует, прежде всего, еще раз внимательно прочитать конспект лекционного материала, изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, а также новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д.

При этом необходимо помнить, что лекционный материал носит обзорный характер и содержит наиболее значимые вопросы по рассматриваемой теме.

Остальные, более детальные, но не менее значимые вопросы должны быть разобраны студентом самостоятельно. В этой связи работа с рекомендованной литературой и проведение дополнительного литературного обзора обязательны.

Целью литературного обзора является решение вопроса о том, какие работы и исследования существуют по данной проблеме. Для получения необходимой информации следует использовать источники, которые предоставляются библиотеками и читальными залами Финуниверситета, а также ресурсы сети Интернет. При работе с литературой рекомендуется делать выписки наиболее интересных и показательных положений с точным указанием выходных данных: авторов книг и статей, года и места издания, страниц, названий сайтов и др. (данная информация будет необходима для оформления ссылок и библиографического списка). В ходе работы следует обратить особое внимание на объяснение явлений и фактов практической действительности с точки зрения анализируемых теоретических положений, а также соотнести их с содержанием основных выводов. Студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, поясняющие его примеры, а также разобраться в иллюстративном материале.

В целях повышения качества подготовки ко второму этапу – презентации домашнего творческого задания, студенту рекомендуется составить конспект, дающий концентрированное (сжатое) представление об изученном вопросе.

Конспект можно представить, как в текстовом формате, так и в виде плана или алгоритма. Также необходимо продумать примеры с целью аргументации тесной связи излагаемого в докладе теоретического материала с реальной жизнью и обеспечения заинтересованности аудитории студентов, для которых готовится сообщение.

Следует учитывать, что ориентировочная продолжительность презентации (доклада) должна составлять 7-10 минут, поэтому из найденного по теме Материала следует сделать «жесткую выжимку», проиллюстрировав ее примерами. При возникновении вопросов или трудностей в процессе подготовки доклада следует обращаться за методической помощью к преподавателю.

Объем, структура и содержание домашнего творческого задания

Домашнее творческое задание должна содержать:

1. Титульный лист, где указывается наименование университета, кафедры, группы, фамилия и инициалы автора работы и руководителя, год написания
2. Содержание, отражающее структуру работы, с указанием страниц начала разделов.
3. Введение, в котором необходимо раскрыть актуальность темы (круг рассматриваемых проблем), цели и задачи работы, а также методы их решения. Рекомендуемый объем введения – 0,5-1 страница.
4. Пояснительную записку (основную часть), при написании которой следует учитывать тот факт, что форма выполняемой работы предполагает использование иллюстративного материала в виде рисунков, графиков, схем, таблиц и т.д., позволяющего более наглядно разъяснять приводимые в исследовании положения. Текстовое наполнение работы осуществляется путем формулирования выводов, вытекающих из анализа. Общий рекомендуемый объем данного раздела должен составлять 7-8 страниц.
5. Заключение, где необходимо подвести общие итоги работы, увязав ранее освоенный теоретический материал с результатами, полученными эмпирическим путем. В данной части работы выводы должны носить обобщающий характер (то есть их следует формулировать на основе комплексного анализа результатов, полученных в ходе выполнения всей работы в целом). Выводы и рекомендации могут быть изложены либо в форме списка (по пунктам), либо в виде краткого текстового резюме. Рекомендуемый объем заключения – 0,5-1 страница.
6. Список использованных источников, содержащий перечень нормативных, научных и учебно-методических материалов, использованных при выполнении творческого домашнего задания.
7. Приложения (при необходимости).

Объем творческого домашнего задания не должен превышать 10 страниц.

В этой связи совокупный объем введения, содержательной части и заключения должен составлять 10 страниц. В целях экономии листаж работы не следует начинать каждый из указанных разделов с новой страницы (за исключением введения, списка использованных источников и приложений).

В тоже время тот факт, что выполняемая работа относится к категории научно-исследовательских работ, требует соответствующих атрибутов оформления в виде титульного листа, содержания, списка использованных источников и приложений. Таким образом, общий объем работы, включающей 7 вышеуказанных разделов, должен составлять не более 15 страниц. С новой страницы следует печатать такие разделы как: титульный лист, содержание, введение, список использованных источников, приложения.

В случае выполнения домашнего творческого задания группой студентов объем домашнего творческого задания увеличивается на 20% и должен составлять 18-20 страниц.

Требования к оформлению домашнего творческого задания Работа должна быть выполнена печатным способом с использованием компьютера и принтера на одной стороне листа белой бумаги одного сорта формата А4 (210×279 мм) через полтора интервала шрифта Times New Roman, размер шрифта – 14, в таблицах – 12, в подстрочных сносках – 10. Подчеркивание слов и выделение их курсивом не допускается. Цвет шрифта должен быть черным. Текст работы должен быть выровнен по ширине. Страницы работы должны иметь следующие поля: верхнее – 20 мм; нижнее – 20 мм; левое – 20 мм; правое – 10 мм. Колонтитулы: верхний – 2; нижний – 1,25. Абзацный отступ должен составлять 1,25 см и быть одинаковым по всей работе.

Нумерация страниц

Все страницы работы нумеруются по порядку без пропусков и повторений (сквозная нумерация). Первой страницей считается титульный лист, который включается в общую нумерацию страниц, однако номер на нем не ставится. На листе с оглавлением ставиться цифра «2» и т.д. Порядковый номер страницы проставляют в центре нижней части листа без точки.

Нумерация страниц работы выполняется арабскими цифрами, шрифта Times New Roman, кегль – 10 пт.

Порядок представления и оценки домашнего творческого задания

Выполнение домашнего творческого задания должно быть завершено к указанному преподавателем сроку (не позднее, чем за две недели до начала сессии). Готовая работа помещается в папку-скоросшиватель и сдается научному руководителю, который на титульном листе должен сделать отметку о ее выполнении. В случае отсутствия подписи научного руководителя или отметки о выполнении работа не принимается, а студент не допускается к защите.

Творческое домашнее задание представляется в два этапа:

- представление в установленные сроки для проверки преподавателю;
- если работа соответствует установленным требованиям к ее содержанию и оформлению, то в рамках семинарских занятий проводится ее защита, которая предполагает, что студенту необходимо подготовить презентацию и ответить на вопросы преподавателя и других студентов. Работу, не допущенную к защите, следует доработать в соответствии с замечаниями преподавателя и вновь представить для проверки.

Методические рекомендации по подготовке мультимедийной презентации:

Мультимедийная представляет собой сочетание компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Мультимедийная презентация выполняется в программе MS PowerPoint. Требования к выполнению презентации:

Требования к объему – 12-15 слайдов.

Требования к содержанию информации:

Заголовки должны привлекать внимание аудитории. Слова и предложения – короткие. Временная форма глаголов – одинаковая. Минимум предлогов, наречий, прилагательных. Требования к расположению информации: Горизонтальное расположение информации. Наиболее важная информация в центре экрана. Комментарии к картинке располагать внизу.

Требования к шрифтам. Размер заголовка не менее 24 пунктов, остальной информации не менее 18 пунктов. Не более двух - трех типов шрифтов в одной презентации. Для выделения информации использовать начертание: полужирный шрифт и курсив (подчеркивание не допускается).

Последним слайдом должны являться список использованной литературы и других источников информации.

Методические рекомендации по подготовке и решению кейсов

Исходя из специфики отраслевого и регионального рынка, а также типа анализируемых компаний, группа студентов осуществляет выбор реально функционирующей на рынке компании и ее ключевых конкурентов. Максимально используя информацию первичную и вторичную маркетинговую информацию, группа разрабатывает кейс с описанием проблемной ситуации этой компании, связанной с ценообразованием. Каждый из членов группы является ответственным за написание определенной части кейса. Оцениваться будет как кейс в целом, так и его отдельные части, разработанные студентами индивидуально.

На данном этапе студентам необходимо собрать объективные факты/данные, касающиеся истории развития компании, внешней макро- и микро-среды, в которой работает (работала) компания, ее клиентов и партнеров, а также внутренних особенностей самой фирмы и ее ключевых конкурентов, включая реализуемые ими решения и проекты (в прошлом, в настоящий момент, на перспективу). Работа по составлению кейса предполагает поиск, проработку и агрегирование ценовой информации из различных источников, включая Интернет-ресурсы, интервью руководителей и клиентов компании. Желательно максимально использовать количественные данные и оценки (из официальных источников, обзоров

специализированных организаций, рейтинговых агентств, консалтинговых компаний). Завершенный кейс должен содержать только объективные данные об объекте и его окружении, мнения потребителей, избегая оценочных суждений со стороны студентов группы, быть четко структурированным, характеризоваться

логичностью изложения. Выявленная проблемная ситуация должна обязательно содержать стратегические противоречия, спорные моменты и неоднозначные оценки. От качества и полноты информации в кейсе зависит возможность корректного применения инструментов, качество последующего кейс - анализа и обоснованности принимаемых студентами ценовых решений. Желательно также избегать излишней информации, которая не будет затем использоваться в целях стратегической диагностики и выбора.

В общем случае структура кейса и содержание информации следующие:

1. История и этапы развития компании.
2. Основные виды бизнесов, их краткая характеристика и значимость для компании, основная бизнес-модель, позиционирование.
3. Описание ключевых особенностей макро- и микроокружения, в котором работает компания в данный момент, а также состояния внешней среды в предшествующие 10-20 лет. Ориентировочно информация должна позволять оценить стадию развития, границы и привлекательность отрасли, в которой функционирует компания, страновые или региональные особенности, традиционные и только формирующиеся политические, экономические, социальные и технологические тенденции, силу поставщиков, конкурентов (внешних и внутренних), потребителей и товаров- заменителей, особенности формирования ценности (стоимости) продукта или услуги.
4. Информация о внутренних особенностях компании в целом и ее отдельных функций: ее ресурсы, способности, компетенции, внутренние бизнес-процессы. Анализ ценовой политики и стратегии компании.
5. Структура компании целом и ее отдельных бизнес-подразделений (в зависимости от типа организационно-правовой формы компании).
6. Описание конкурентной среды в отрасли: определение количества конкурентов, их позиционирование, стратегии, относительная конкурентная сила, наблюдаемый стиль поведения, внутренние особенности (отличия от остальных компаний, бренды, финансовые показатели

деятельности), реализуемые проекты (инвестиционные и организационные), приоритетные направления развития, заявляемые их руководством, положение компании в отрасли в сравнении с основными конкурентами. Анализ ценовой политики и стратегии конкурентов.

7. Приоритетные направления развития компании, отдельных направлений ее деятельности и функций, заявляемые руководством, каскадируемые сотрудникам, клиентам и другим стейкхолдерам.

8. Стратегические проекты (реализованные, осуществляемые в текущий момент и намечаемые), связанные с развитием производства, освоением новых рынков, разработкой новых технологий, реструктуризацией, обучением персонала и т.д.

9. Имидж компании и оценка ее деятельности ключевыми стейкхолдерами.

10. Разработка конкретных ценовых решений, направленных на повышение прибыльности компании, укрепление ее рыночного положения.

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

Комплект лицензионного программного обеспечения:

Windows Microsoft Office

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Консультант Плюс

Гарант

Электронная библиотека eLIBRARY

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

В соответствии с требованиями ОС ВО Финуниверситета в число необходимых условий для осуществления учебной деятельности включаются:

1) аудитории для проведения лекций, семинарских занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, которые оснащены компьютером и видеопроектором для демонстрации слайд-презентаций, укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории;

2) помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.


Обучающимся и педагогическим работникам обеспечен доступ (удаленный доступ) к современным профессиональным базам данных (в том числе международным реферативным базам данных научных изданий) и информационным справочным системам.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ БЮДЖЕТНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

АЛТАЙСКИЙ ФИЛИАЛ

УТВЕРЖДАЮ

Директор филиала

 В. А. Иванова

«02» сентября 2020 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Цены и ценообразование

(наименование дисциплины)

Направление подготовки

38.03.01 «Экономика»

Профиль

«Финансы и кредит»

Ответственный за актуализацию
РПД

А.Р. Ижболдин-Кронберг

Год утверждения РПД

2018 г.

СОДЕРЖАНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию).....	3
2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.....	3

1. Объем дисциплины в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и в часах)	Семестр 4 (в часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3 з/е 108 часов	3 з/е 108 часов
Контактная работа - Аудиторные занятия	36/6	36/6
<i>Лекции</i>	16/2	16/2
<i>Семинары, практические занятия</i>	20/4	20/4
Самостоятельная работа	72/102	72/102
Вид текущего контроля	ДТЗ	ДТЗ
Вид промежуточной аттестации	зачет	зачет

*Примечание. Через дробь (слеш) указано количество часов для заочной формы обучения

2. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная

1. Липсиц, И. В. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / И. В. Липсиц. – 4-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 368 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04843-8. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/449760>

2. Карпова, С. В. Управление ценами : учебник / под ред. С.В. Карповой. – Москва : Вузовский учебник : ИНФРА-М, 2019. – 236 с. – ISBN 978-5-16-102867-4. – Текст : электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/1010048>

Дополнительная

3. Липсиц, И. В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для вузов / И. В. Липсиц. – Москва : Юрайт, 2020. – 336 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-02867-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450384>

4. Ценообразование : учебник и практикум для вузов / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под редакцией Т. Г. Касьяненко. – 7-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2020. – 437 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-04530-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/450125>

5. Ценообразование: учебное пособие/ под ред. В.А. Слепова. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва: Магистр: Инфра-М, 2018. – 304 с. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/961569>