

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Финуниверситет)**

Калужский филиал Финуниверситета

Кафедра «Учет и менеджмент»

«УТВЕРЖДАЮ»

**Директор Калужского филиала
Финуниверситета**



В.А. Матчинов

Денисова Е.В.

ЦЕНООБРАЗОВАНИЕ В МАРКЕТИНГЕ

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки

38.03.02 «Менеджмент»

Образовательная программа «Маркетинг»

Очная форма обучения

*Рекомендовано Ученым советом Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №03 от 29.06.2023 г.)*

**Одобрено кафедрой «Учет и менеджмент»
Калужского филиала Финуниверситета
(протокол №10 от 15 мая 2023 г.)**

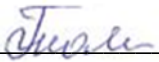
КАЛУГА 2023

Рабочая программа предназначена для преподавания дисциплина «Ценообразование в маркетинге» студентам, обучающимся по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент», образовательная программа «Маркетинг» по очной форме обучения.

В рабочей программе излагаются планируемые результаты освоения дисциплины, содержание дисциплины, тематика и содержание семинаров и практических занятий, технологии их проведения. В рабочей программе дисциплины приводится перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся, фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся, перечень основной и дополнительной литературы, а также ресурсов информационно-телекоммуникационной сети Интернет.

СОГЛАСОВАНО:

Заместитель директора
по учебно-методической работе  /Орловцева О.М./
«28» июня 2023 г.

Начальник учебно-методического отдела  /Толстикова В.С./
«28» июня 2023 г.

Доцент кафедры
«Учет и менеджмент»  /Губернаторова Н.Н./
«28» июня 2023 г.

Содержание

1. Наименование дисциплины
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий
 - 5.1 Содержание дисциплины
 - 5.2 Учебно-тематический план
 - 5.3 Содержание семинаров, практических занятий
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 6.1 Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы
 - 6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
9. Перечень ресурсов информационно – телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем
 - 11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения
 - 11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы
 - 11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Наименование дисциплины

Б.1.2.2.1.5. «Ценообразование в маркетинге»

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

| Код компетенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции |
|-----------------|--|--|---|
| ПКП-3 | Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры | 1. Демонстрирует навыки в проведении маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры с целью осуществления корректировки цены. | Знание: ценностного ценообразования и основ принятия ценовых решений покупателем. Умение: определять покупательское восприятие при назначении цен на продукцию, подлежащую сбыту и использовать психологические аспекты ценообразования при установлении цены на продукцию. |
| | | 2. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и внешних факторов ценообразования. | Знание: анализа цен аналогичных товаров фирм-конкурентов; расчета скидок покупателям товара в зависимости от сегмента рынка; установления цены товара для различных групп покупателей Умение: выбрать ценовую политику, определить тактику для реализации продукции на внутреннем и внешнем рынке с учетом подходов и методов ценообразования |
| | | 3. Демонстрирует навыки в управлении ценой и бюджетом организации. | Знание: основ калькулирования себестоимости продукции; навыков расчета цены различными методами; навыков расчета цен в отдельных отраслях экономики. Умение: определять и рассчитывать цену различными способами и методами; оценивать эффективность ценовой политики фирмы; управлять брэндами товаров фирмы; ориентироваться в ценообразовании на различных типах рынка. |
| | | 4. Применяет современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования. | Знание: основных теорий экономической мысли в их эволюции, системы цен, видов цен; подходов и методов ценообразования. Умение: использовать методы ценообразования при установлении цены на товар, выбрать стратегию и тактику ценообразования. |

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Ценообразование в маркетинге» является дисциплиной профиля

«Маркетинг» по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент, ОП «Маркетинг» для очной формы обучения.

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

Таблица 1

| Вид учебной работы по дисциплине | Всего (в з/е и часах) | Семестр 6 (в часах) |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Общая трудоемкость дисциплины | 5/180 | 180 |
| <i>Контактная работа - Аудиторные занятия</i> | 84 | 84 |
| Лекции | 34 | 34 |
| Семинары, практические занятия | 50 | 50 |
| <i>Самостоятельная работа</i> | 96 | 96 |
| Вид текущего контроля | к/р | к/р |
| Вид промежуточной аттестации | 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. Понятие, функции и классификация цен

Понятие цены в теории трудовой стоимости и в теории предельной полезности. Краткая история цен в теоретических мыслях и последовательности развития экономики.

Отличие рыночного ценообразования от планового. Функции цены: учетная, стимулирующая, распределительная, сбалансирования спроса и предложения, как критерия рационального размещения производства. Факторы, способствующие снижению и повышению цен. Принципы ценообразования: научность, целевая направленность, непрерывность процесса ценообразования, единство процесса ценообразования и контроля.

Взаимодействие цены и спроса, цены и предложения. Сбалансированность спроса и предложения.

Система цен в современной экономике. Классификация цен: в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения; в зависимости от степени регулирования; по способу установления и фиксации; в зависимости от степени новизны товара; по обслуживанию внешнеторгового оборота; по использованию в учете и статистике.

Договорное ценообразование. Порядок изменения цены договора. Цена в договоре купли-продажи товара, в договоре подряда, в договоре продажи недвижимости, в договоре о продаже товара в кредит.

История ценообразования в России.

Тема 2. Затраты и их роль в формировании цены

Понятие издержек. Переменные и постоянные издержки. Валовые или совокупные издержки. Средние валовые издержки. Предельные или маржинальные издержки. Бухгалтерские и экономические (предпринимательские) издержки. Неявные издержки.

Затраты предприятия (организации). Прямые и косвенные затраты. Классификация затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции.

Калькуляция себестоимости продукции. Методы калькулирования себестоимости: метод полных издержек; метод нормативных издержек; метод прямых (сокращенных) издержек. Резервы снижения себестоимости продукции.

Тема 3. Методы ценообразования

Методы ценообразования. Затратные методы: полных издержек, прямых издержек, метод учета рентабельности инвестиций, метод анализа безубыточности. Рыночные методы ценообразования: с ориентацией на потребителя, с ориентацией на конкурентов. Параметрические методы: балловый, метод удельных показателей, метод регрессионного анализа.

Ценообразование с учетом ценности товара. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен. Методы проведения опроса покупателей. Ценовые эксперименты. Основные методы и модели ценностного ценообразования.

Тема 4. Ценовая политика фирмы

Понятие ценовой политики. Стратегические и тактические аспекты ценовой политики. Цели ценовой политики: обеспечение сбыта, максимизация прибыли, удержание рынка. Этапы процесса разработки и реализации ценовой политики.

Виды ценовой политики фирмы: политика цен жизненного цикла товара; политика цен на новые изделия; тактика компенсационного ценообразования; тактика отвлечения; тактика приманки; тактика премии; тактика выравнивания цен; тактика финансирования.

Система скидок в ценообразовании: скидка за платеж наличными средствами, за объем товара, функциональная скидка, дилерская скидка, экспортная скидка, скидка при продаже оборудования, бывшего в употреблении, товарообменный зачет. Надбавки в ценообразовании.

Особенности ценообразования на различных типах рынка: в условиях чистой конкуренции, монополистической конкуренции, олигополистической конкуренции, чистой монополии.

Ценовая информация и её роль в ценовой политике. Информация о конкурентах, рынке товара, о производстве, затратах, выручке от реализации и прибыли.

Тема 5. Ценовые стратегии организации

Понятие стратегии ценообразования. Этапы сбора информации для разработки ценовой стратегии.

Классификация стратегий ценообразования в зависимости от уровня цен (стратегия высоких, средних и низких цен); в зависимости от рынков, их сегментов и покупателей (стратегия дифференцированных цен, льготных цен, дискриминационных цен); в зависимости от степени гибкости цен (стратегия

единых, цен, гибких цен, стабильных цен, меняющихся цен, ценового лидерства, конкурентных цен, психологических цен, «престижных цен», цен массовых закупок).

Признаки плохого функционирования ценовых стратегий.

Тема 6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений

Модели поведения потребителей. Особенности восприятия цены покупателем.

Стадии принятия решения о покупке (осознание потребности в покупке, поиск информации о товаре, предпокупочная оценка альтернатив, покупка, потребление товара, послепокупочная оценка альтернатив, избавление от товара).

Ценовые и неценовые стимулы для покупателей.

Тема 7. Государственное регулирование цен

Необходимость регулирования цен государством. Органы, осуществляющие регулирование цен. Цели ценовой политики государства.

Методы государственного регулирования цен. Прямое регулирование цен: общее замораживание цен, установление фиксированных цен и тарифов, установление предельного норматива рентабельности, установление предельного уровня цены, установление фиксированных или предельных размеров оптовых и торговых надбавок, декларирование отпускных или оптовых цен на отдельные виды продукции. Косвенное регулирование цен: изменение величины затрат, включаемых в себестоимость продукции, государственные закупки, льготное кредитование, субсидирование и дотирование из бюджета, денежно-кредитная политика, регулирование валютного курса, экспортно-импортных пошлин и квот, норм амортизации.

Регулирование цен в торговле России. Регулирование цен на «отдельные виды социально значимых продовольственных товаров». Понятие торговой сети. Дискриминационные условия, которые запрещено навязывать контрагенту. Обязательные для торговых сетей сроки оплаты продовольственных товаров. Максимальный размер вознаграждения торговой организации. Ограничение доли торговой сети в объеме всех реализованных продовольственных товаров в субъектах РФ и в городах федерального значения. Ответственность за нарушение порядка ценообразования в торговле.

Тема 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние

Взаимосвязь цен и финансов. Цены и кредитные отношения. Взаимосвязь кредита и ценообразования в регулировании движения денежных средств. Цена кредита и учетные ставки. Факторы, влияющие на уровень процентных ставок.

Взаимосвязь цен и налогов. Группы налогов: входящие в себестоимость продукции, ограничивающие прибыль организации, являющиеся надбавкой к цене. Влияние налогов на уровень цен. Доля налогов в цене продукции.

Принципы определения цены для целей налогообложения. Понятие цены реализации в Налоговом кодексе. Порядок осуществления контроля за полнотой уплаты налогов налоговыми органами.

5.2 Учебно-тематический план

Таблица 2

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины | Всего | Трудоемкость в часах | | | | Формы текущего контроля успеваемости |
|----------|--|-------|----------------------|--------|---|-----------------------------------|---|
| | | | Аудиторная работа | | | | |
| | | | Обща я | Лекции | Практи ческие и семина рские заняти я | Сам остоятел ьная работа | |
| 1. | Тема 1. Понятие, функции и классификация цен | 24 | 12 | 5 | 7 | 12 | Устный опрос, презентации, дискуссия, тестовый контроль, решение задач |
| 2. | Тема 2. Затраты и их роль в формировании цены | 24 | 12 | 5 | 7 | 12 | |
| 3. | Тема 3. Методы ценообразования | 22 | 10 | 4 | 6 | 12 | |
| 4. | Тема 4. Ценовая политика фирмы | 22 | 10 | 4 | 6 | 12 | |
| 5. | Тема 5. Ценовые стратегии организации | 22 | 10 | 4 | 6 | 12 | |
| 6. | Тема 6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений | 22 | 10 | 4 | 6 | 12 | |
| 7. | Тема 7. Государственное регулирование цен | 22 | 10 | 4 | 6 | 12 | |
| 8. | Тема 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние | 22 | 10 | 4 | 6 | 12 | |
| | ИТОГО: | 180 | 84 | 34 | 50 | 96 | |

5.3 Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 | Форма проведения занятия |
|--|--|---|
| 1. Понятие, функции и классификация цен | <p>1. Понятие и функции цены. Факторы, влияющие на образование цен.</p> <p>2. Взаимосвязь цены и спроса, цены и предложения.</p> <p>3. Система цен в современной экономике. Виды цен.</p> <p>4. Договорное ценообразование. Методы определения договорной цены.</p> <p>Рекомендуемые источники (8.1: 1; 8.2: 1; 8.3: 1, 4)</p> | <p>Ответы на вопросы по теме.</p> <p>Презентации по теме.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50%</p> |
| 2. Затраты и их роль в формировании цены | <p>1. Классификация издержек.</p> <p>2. Классификация затрат по экономическим элементам и статьям калькуляции.</p> <p>3. Калькуляция себестоимости продукции</p> <p>Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2, 4; 8.4: 2)</p> | <p>Ответы на вопросы по теме.</p> <p>Презентации по теме.</p> <p>Дискуссия по теме.</p> <p>Решение тестов и</p> |

| | | |
|--|---|---|
| | | задач по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |
| 3. Методы ценообразования | 1. Затратные методы ценообразования 2. Рыночные методы ценообразования 3. Параметрические методы ценообразования Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 4, 5; 8.4: 2) | Ответы на вопросы по теме. Решение задач. Решение тестов по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |
| 4. Ценовая политика фирмы | 1. Понятие, цели, этапы и виды ценовой политики фирмы 2. Виды ценовой политики фирмы 3. Виды ценовых скидок и надбавок. Ценообразование на различных типах рынка Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 2, 5) | Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме. Дискуссия по теме. Решение тестов и задач по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |
| 5. Ценовые стратегии организации | 1. Понятие стратегии ценообразования. Этапы сбора информации для разработки ценовой стратегии. 2. Классификация стратегий ценообразования 3. Признаки плохого функционирования ценовых стратегий. Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 2, 4, 5; 8.4: 1, 4) | Ответы на вопросы по теме. Дискуссия по теме. Доклад. Решение тестов по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |
| 6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений | 1. Модели поведения потребителей. Особенности восприятия цены покупателем. 2. Стадии принятия решения о покупке 3. Ценовые и неценовые стимулы для покупателей. Рекомендуемые источники (8.2: 1; 8.3: 1, 4, 5) | Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме. Дискуссия по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |
| 7. Государственное регулирование цен | 1. Необходимость государственного регулирования экономики и цен в условиях рынка 2. Прямые и косвенные методы государственного регулирования цен 3. Регулирование цен в России 4. Антимонопольное регулирование цен в России 5. Регулирование деятельности естественных монополий в России Рекомендуемые источники (8.1: 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 15, 16; 8.2: 1; 8.3: 1, 4) | Ответы на вопросы по теме. Презентации по теме. Дискуссия по теме. Решение тестов по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |

| | | |
|--|---|--|
| 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние | 1. Взаимосвязь цен и финансов 2. Цены и кредитные отношения 3. Установление налогов и их влияние на уровень цен Рекомендуемые источники (8.1: 2; 8.2: 1; 8.3: 1, 4, 5; 8.4: 3) | Ответы на вопросы по теме. Дискуссия по теме. Решение тестов по теме. Решение задач по теме. Доля занятия, проводимого в интерактивной форме, – 50% |
|--|---|--|

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

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

| Наименование тем (разделов) дисциплины | Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение | Формы внеаудиторной самостоятельной работы |
|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 |
| Тема 1. Понятие, функции и классификация цен | История ценообразования в России | Изучение литературы. Подготовка докладов и выступлений. |
| Тема 2. Затраты и их роль в формировании цены | Методы калькулирования себестоимости | Изучение литературы и нормативной базы. Подготовка докладов и выступлений. |
| Тема 3. Методы ценообразования | Ценообразование с учетом ценности товара | Изучение литературы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. |
| Тема 4. Ценовая политика фирмы | Ценовая информация и её роль в принятии решения по ценам. Инициативное изменение цен. Реакция потребителей, конкурентов и фирмы на изменение цен. | Изучение литературы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. |
| Тема 5. Ценовые стратегии организации | Особенности применения ценовых стратегий на рынке чистой конкуренции, олигополии, монополии, монополистической конкуренции | Изучение литературы и нормативной базы, интернет-ресурсов. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. |
| Тема 6. Психологические аспекты ценообразования и основы принятия ценовых решений | Модели поведения потребителей. Особенности восприятия цены покупателем. | Изучение литературы и нормативной базы, интернет-ресурсов. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. |
| Тема 7. Государственное регулирование цен | Опыт ценообразования и регулирования цен в промышленно развитых странах. Регулирование цен на региональном уровне (на примере Калужской области). | Изучение литературы и нормативной базы, интернет-ресурсов. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. |

| | | |
|---|--|--|
| | | |
| Тема 8. Цены, финансы, налоги, их взаимосвязь и взаимовлияние | Определение цены для целей налогообложения | Изучение литературы и нормативной базы. Подготовка докладов и выступлений с презентациями. |

6.2 Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю (согласно таблице 2)

Тематика контрольных работ:

1. Ценообразование в контракте на поставку товаров для государственных (муниципальных) нужд
2. Трансфертное ценообразование в России
3. Ценообразование и электронная торговля
4. Ценообразование на товарных и фондовых биржах
5. История ценообразования в России
6. Ценообразование и оценка бизнеса
7. Система ценовой информации и статистика цен
8. Основные теоретические концепции цены
9. Мировой опыт государственного регулирования цен
10. Ценообразование в сфере услуг
11. Ценообразование и денежное обращение
12. Ценообразование и кредит
13. Цены во внешней торговле
14. Методы ценового стимулирования продаж
15. Ценообразование и регулирование цен на лекарственные средства и изделия медицинского назначения
16. Особенности ценообразования в сфере торговли
17. Ценообразование на газ
18. Тарифы в электроэнергетике
19. Ценообразование на продукцию машиностроения
20. Ценообразование в строительстве
21. Тарифы на услуги транспортного комплекса

Проблемные ситуации и вопросы

1. В чем заключается суть двух противоположных теорий цены?
2. Назовите функции цены.
3. Какие факторы способствуют снижению цен?
4. Какие факторы вызывают рост цен?
5. По каким признакам можно классифицировать цены?
6. В чем состоит суть принципов ценообразования?
7. Что такое система цен и каковы её признаки?
8. В чем состоит суть закона спроса и какие факторы влияют на изменение спроса?

9. Сформулируйте закон предложения и назовите неценовые факторы, воздействующие на изменение предложения.
10. Что показывает равновесная рыночная цена?
11. Что такое эластичность и что дает предпринимателю знание эластичности спроса?
12. Что такое договорное ценообразование?
13. Назовите основные этапы развития ценообразования в России.
14. Что такое бухгалтерские и предпринимательские издержки?
15. Охарактеризуйте переменные и постоянные издержки.
16. Назовите преимущества и недостатки метода полных издержек.
17. В чем заключается суть метода нормативных затрат?
18. В чем состоит сущность метода сокращенных издержек?
19. В чем состоят стратегические и тактические аспекты ценовой политики фирмы?
20. Назовите виды ценовой политики фирмы.
21. Как устанавливаются цены со скидками и зачетами?
22. В чем заключается суть затратных, рыночных и параметрических методов ценообразования?
23. В чем выражается риск в определении цены? В чем состоит сущность страхования цен и каковы его формы?
24. Каковы цели и содержание государственного регулирования цен?
25. На какие виды продукции и услуг регулируются цены государством?
26. Какие органы осуществляют контроль за порядком ценообразования в Российской Федерации?
27. Каким образом осуществляется регулирование цен естественных монополий?
28. В чем состоят особенности регулирования цен в США, Франции, Японии, Китае?
29. В чем заключается взаимосвязь цен и финансов?
30. Каким образом цены взаимосвязаны с кредитом?
31. Какие налоги включаются в состав себестоимости продукции?
32. Какие налоги оказывают наибольшее влияние на уровень цен?
33. В каких случаях налоговые органы проверяют правильность применения цен участниками сделки?
34. Дайте определение инфляции, назовите показатели и стадии инфляции
35. Охарактеризуйте кейнсианскую и монетаристскую теории инфляции.
36. В чем состоит суть инфляции издержек и инфляции спроса?
37. Назовите основные причины, вызывающие инфляцию
38. Каким образом проводится оценка инфляционного ожидания?
39. Перечислите основные направления антиинфляционной политики.
40. Перечислите особенности ценообразования в топливно-энергетическом комплексе.
41. Что лежит в основе транспортных тарифов?
42. В чем заключаются особенности тарифов железнодорожного, водного, автомобильного транспорта?
43. В чем заключается специфика формирования тарифов на услуги?

44. Что включается в сметную стоимость строительства?
45. Что понимается под мировыми и внешнеторговыми ценами?
46. Что такое таможенная стоимость товара и какими методами она может определяться?
47. Как рассчитываются цены на импортируемую и экспортируемую продукцию?
48. Какова роль базисных условий поставки в формировании внешнеторговых цен?

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

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

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы с указанием индикаторов их достижения, соотнесенных с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

| Код компетенции | Наименование компетенции | Индикаторы достижения компетенции | Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции | Типовые контрольные задания |
|-----------------|--|--|--|---|
| ПКП-3 | Способность разрабатывать политику ценообразования, оценивать внутренние и внешние факторы, влияющие на формирование цены, осуществлять корректировку цены на основе исследования рыночной конъюнктуры | 1. Демонстрирует навыки в проведении маркетинговых исследований рыночной конъюнктуры с целью осуществления корректировки цены. | Знание: ценностного ценообразования и основ принятия ценовых решений покупателем. Умение: определять покупательское восприятие при назначении цен на продукцию, подлежащую сбыту и использовать психологические аспекты ценообразования при установлении цены на продукцию. | 1. Потребительские цены – это: А) аналог биржевых цен; Б) аналог сметной стоимости; В) аналог розничных цен. 2. Предприятие обычно приобретает средства производства (например, станки): А) по розничной цене; Б) по себестоимости; В) по отпускной цене с добавлением снабженческо-сбытовой надбавки (при наличии посредника). 3. Какие из перечисленных статей не входят в производственную себестоимость? А) зарплата производственных рабочих; Б) цеховые расходы; В) внепроизводственные расходы; Г) топливо и электроэнергия. |
| | | 2. Применяет теоретические знания при оценке внутренних и | Знание: анализа цен аналогичных товаров фирм-конкурентов; расчета скидок | 1. В условиях рыночных отношений реальный процесс формирования цен осуществляется: А) на предприятии; |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | <p>внешних факторов ценообразования.</p> | <p>покупателям товара в зависимости от сегмента рынка; установления цены товара для различных групп покупателей</p> <p>Умение: выбрать ценовую политику, определить тактику для реализации продукции на внутреннем и внешнем рынке с учетом подходов и методов ценообразования</p> | <p>Б) в сфере производства продукции; В) в сфере реализации продукции.</p> <p>2. Выберите определение для ценообразования методом удельных показателей:</p> <p>А) определяется зависимость цены от изменения технико-экономических параметров на основе применения метода наименьших квадратов Б) цена рассчитывается на основе значения одного основного параметра, характеризующего качество товара В) цена устанавливается как сумма цен отдельных конструкторских частей изделия Г) цена устанавливается на основе параметров, характеризующих изделие, определяемых экспертным путем</p> <p>3. Решите задачу. Руководство фирмы, исходя из рыночных условий, считает, что цена её изделия должна быть установлена на уровне 700 руб. При этом прибыль и расходы розничной торговли составляют 30 % цены; прибыль и расходы оптовой торговли – 20 %; собственная прибыль фирмы – 25%. Каковы должны быть издержки производства данной модели?</p> <p>4. Какой информацией должна владеть фирма при установлении цены на товар?</p> <p>А) о конкурентах и конкурирующих товарах Б) о методах планирования и прогнозирования В) о налоговой политике государства Г) о расходах федерального бюджета РФ</p> |
| | 3. Демонстрирует навыки в управлении ценой и бюджетом организации. | <p>Знание: основ калькулирования себестоимости продукции; навыков расчета цены различными методами; навыков расчета цен в отдельных отраслях экономики.</p> <p>Умение: определять и рассчитывать цену различными способами и методами; оценивать эффективность ценовой политики</p> | <p>1. Какая функция цены в наибольшей мере реализуется с помощью НДС и акцизов?</p> <p>А) учетная Б) стимулирующая В) распределительная Г) сбалансирования спроса и предложения</p> <p>2. Какие органы занимаются регулированием цен на федеральном уровне?</p> <p>А) Министерство финансов РФ; Б) Министерство по налогам и сборам В) Министерство экономического развития РФ.</p> <p>3. В России государство оставляет за собой право</p> | |

| | | | | |
|--|--|---|---|--|
| | | | <p>фирмы; управлять брэндами товаров</p> <p>фирмы; ориентироваться в ценообразовании на различных типах рынка.</p> | <p>регулировать цены на ...</p> <p>А) детские товары</p> <p>Б) канцелярские товары</p> <p>В) отдельные виды социально значимых продовольственных товаров</p> <p>Г) одежду и обувь</p> <p>4. Какой орган занимается регулированием цен на федеральном уровне?</p> <p>А) Министерство финансов РФ;</p> <p>Б) Министерство по налогам и сборам</p> <p>В) Министерство экономического развития РФ.</p> |
| | | <p>4.Применяет современные подходы при разработке эффективной политики ценообразования.</p> | <p>Знание: основных теорий экономической мысли в их эволюции, системы цен, видов цен; подходов и методов ценообразования.</p> <p>Умение: использовать методы ценообразования при установлении цены на товар, выбрать стратегию и тактику ценообразования.</p> | <p>1. Стратегия ценового лидерства предусматривает...</p> <p>А) установление максимально высокой цены</p> <p>Б) установление очень низкой цены</p> <p>В) установление цены на уровне цены ведущей фирмы на рынке</p> <p>Г) установление различных цен для разных рынков, покупателей, времени покупки, модификации товаров</p> <p>2. Процесс разработки и реализации ценовой политики начинается с...</p> <p>А) выбора метода ценообразования</p> <p>Б) анализа издержек</p> <p>В) определения спроса</p> <p>Г) выбора цели</p> <p>Д) анализа цен конкурентов</p> <p>Е) установления окончательной цены</p> <p>3. Потребители не всегда адекватно понимают понижение цен производителем товара. Оно может истолковываться следующим образом:</p> <p>А) модель товара устарела</p> <p>Б) качество товара снизилось</p> <p>В) товар имеет особую ценностную значимость</p> <p>Г) товар стал пользоваться спросом</p> |

Вопросы для подготовки к зачету:

1. Теория трудовой стоимости и теория предельной полезности как научная предпосылка теории ценообразования.
2. Основные функции, выполняемые ценами.
3. Факторы, способствующие повышению и понижению цен.
4. Принципы ценообразования.

5. Классификация цен в зависимости от обслуживаемой сферы товарного обращения.
6. Классификация цен в зависимости от степени регулирования.
7. Классификация цен по способу фиксации.
8. Классификация цен по способу обслуживания внешнеторгового оборота и использования в статистике.
9. Договорное ценообразование.
10. История развития ценообразования в России.
11. Понятие и классификация издержек производства.
12. Группировка затрат на производство по экономическим элементам.
13. Группировка затрат по статьям калькуляции.
14. Затратные методы ценообразования.
15. Рыночные методы ценообразования.
16. Параметрические методы ценообразования.
17. Ценообразование с учетом ценности товара.
18. Факторы чувствительности покупателей к уровню цен.
19. Понятие, цели и этапы реализации ценовой политики фирмы.
20. Политика цен жизненного цикла товара и цен на новые изделия фирмы.
21. Тактические аспекты ценовой политики фирмы.
22. Система скидок и надбавок в ценообразовании.
23. Ценовая информация.
24. Понятие стратегии ценообразования, этапы разработки ценовой стратегии.
25. Стратегии ценообразования в зависимости от уровня цен.
26. Стратегии ценообразования в зависимости от рынков, их сегментов и покупателей.
27. Стратегии ценообразования в зависимости от степени гибкости цен.
28. Признаки плохого функционирования ценовых стратегий.
29. Психологические аспекты ценообразования и принятия ценовых решений.
30. Взаимосвязь цен и финансов.
31. Взаимосвязь действующих налогов и цен.
32. Принципы определения цены для целей налогообложения.
33. Цели и методы государственного регулирования цен.
34. Регулирование цен в торговле России.
35. Антимонопольное регулирование цен в России.
36. Регулирование деятельности естественных монополий в России.
37. Регулирование цен в зарубежных странах.

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

8.1. Нормативные акты

1. Гражданский кодекс РФ. Часть I. Главы 27, 28.
2. Налоговый кодекс РФ. Часть II. Глава 25.

3. Федеральный закон от 26.07.2006 №135-ФЗ (ред. от 23.07.2013) «О защите конкуренции»

4. Федеральный закон от 17.08.1995 №147-ФЗ (ред. от 30.12.2012) «О естественных монополиях»

5. Федеральный закон от 31.03.1999 № 69-ФЗ «О газоснабжении в Российской Федерации» (ред. от 28.11.2015) (ст. 21 «Регулирование цен на газ и тарифов на услуги по транспортировке газа»);

6. Федеральный закон от 26.03.2003 № 35-ФЗ (ред. от 28.12.2016) «Об электроэнергетике» (ред. от 28.11.2015) (ст. 23.1 «Государственное регулирование цен (тарифов) на оптовом и розничных рынках»);

7. Федеральный закон от 30.12.2004 № 210-ФЗ «Об основах регулирования тарифов организаций коммунального комплекса» (ред. от 29.12.2014);

8. Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» (ред. от 03.07.2016);

9. Федеральный закон от 27.07.2010 № 190-ФЗ «О теплоснабжении» (ред. от 28.11.2015)

10. Федеральный закон от 12.04.2010 № 61-ФЗ «Об обращении лекарственных средств» (ред. от 03.07.2016);

11. Федеральный закон от 07.12.2011 № 416-ФЗ «О водоснабжении и водоотведении» (ред. от 29.12.2015) (ст. 31 «Виды деятельности и тарифы в сфере водоснабжения и водоотведения, подлежащие регулированию»);

12. Федеральный закон от 18.07.2011 № 227-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ в связи с совершенствованием принципов определения цен для целей налогообложения» (ред. от 05.04.2013).

13. Указ Президента РФ от 28.02.1995 №221 «О мерах по упорядочению государственного регулирования цен (тарифов)»

14. Постановление Правительства РФ от 15.07.2010 № 530 (ред. от 04.03.2013) «Об утверждении Правил установления предельно допустимых розничных цен на отдельные виды социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров первой необходимости, в отношении которых могут устанавливаться предельно допустимые розничные цены, и перечня отдельных видов социально значимых продовольственных товаров, за приобретение определенного количества которых хозяйствующему субъекту, осуществляющему торговую деятельность, не допускается выплата вознаграждения»

15. Постановление Правительства РФ от 29.10.2010 № 865 «О государственном регулировании цен на лекарственные препараты, включенные в перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов»

16. Постановление Правительства Калужской области от 04.04.2007 №88 (ред. от 02.08.2013) «О министерстве конкурентной политики и тарифов Калужской области»

8.2. Основная литература

1. Липсиц И.В. Ценообразование. Практикум : учебное пособие для академического бакалавриата / И. В. Липсиц. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 336 с. (ЭБС biblio-online.ru)

8.3. Дополнительная литература

1. Липсиц, И.В. Ценообразование : учебное пособие для прикладного бакалавриата / И.В. Липсиц. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 160 с. (ЭБС biblio-online.ru)

2. Маховикова, Г.А. Ценообразование в торговом деле : учебник для бакалавров / Г.А. Маховикова, В. В. Лизовская. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 231 с. (ЭБС biblio-online.ru)

3. Ценообразование : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Т. Г. Касьяненко [и др.] ; под ред. Т. Г. Касьяненко. — 7-е изд., перераб. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2019. — 437 с. (ЭБС biblio-online.ru)

4. Ценообразование: Учебно-практическое пособие / Шуляк П.Н., - 13-е изд., перераб. и доп. - М.:Дашков и К, 2019. - 196 с. (ЭБС biblio-online.ru)

5. Ценообразование: Учебное пособие / В.А. Слепов, Т.Е. Николаева, Е.С. Глазова; Под ред. В.А. Слепова; Российская экономическая академия им. Г.В. Плеханова. - М.: Магистр: ИНФРА-М, 2017. - 144 с. (ЭБС biblio-online.ru)

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

1. Портал органов власти Калужской области – www.admoblkaluga.ru
2. Журнал «Эксперт» - www.expert.ru
3. Журнал «Коммерсант» - www.kommersant.ru
4. Информационные базы справочно-правовых систем Гарант и Консультант Плюс
5. Информационно-образовательный портал Финансового университета при Правительстве РФ - <http://portal.ufrf.ru>
6. Материалы по отраслям – тарифы. - <http://www.newtariffs.ru/main/tariff>.
7. Министерство экономического развития РФ – www.economy.gov.ru
8. Справочник потребителя. – URL: <http://www.costinfo>.
9. Федеральная антимонопольная служба – www.fas.ru
10. Федеральная служба государственной статистики – <http://www.gks.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Обучающимся в рамках самостоятельной работы следует использовать Методические рекомендации по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете, утвержденные Приказом ректора №1040/о от 11.05.2021 г.

Самостоятельная работа студентов проходит внеаудиторно. Организации самостоятельной работы служит учебно-тематический план изучения дисциплины. В данном плане указана тематика лекций, семинаров, вопросы и

задания для самостоятельного изучения. Во время лекций необходимо конспектировать содержание лекции. После лекции необходимо отредактировать записи, оформить конспект, дополняя его содержание дополнительной информацией. При оформлении конспекта целесообразно выделять названия тем и формулировки вопросов, основные определения, примеры.

При подготовке к семинару необходимо изучить вопросы семинара, соответствующий теоретический материал, делая для себя необходимые записи в рабочей тетради. После занятий необходимо просмотреть записанные решения и восстановить в решениях имеющиеся пробелы.

При затруднении в решении практических вопросов (задач), можно обратиться за консультацией (помощью) к преподавателю. Семинары проходят, как правило, в интерактивной форме и преподаватель учитывает активность обучающихся, направленную на решение предложенных вопросов (вариантов задач), а также вариантов ответов на решаемые вопросы (проблемы).

Не следует бояться дать неверный ответ или допустить иную ошибку: исправление и анализ ошибок в режиме общения с преподавателем и сокурсниками в ходе семинара способствует более глубокому освоению учебного материала и предупреждает возникновение ошибок в дальнейшем. Домашние задания (подготовку к занятиям) следует осуществлять регулярно. Если то или иное задание, при подготовке к семинару вызвало затруднение, необходимо обратиться к преподавателю за консультацией. Регулярность в выполнении домашних заданий (подготовке к занятиям) - важный фактор качественного освоения дисциплины.

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья

Профессорско-преподавательский состав знакомится с психологофизиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социальноактивные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учётом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем. Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ. Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов

устанавливается с учётом индивидуальных психофизических особенностей.

Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорнодвигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения). Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы.

Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы

Методические рекомендации по выполнению контрольной работы предусмотрены в «Методических рекомендациях по подготовке написанию и оформлению контрольной работы», разрабатываемой преподавателем кафедры на учебный год, в котором реализуется учебная дисциплина

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

11.1 Комплект лицензионного программного обеспечения

1. Антивирусная защита ESET NOD32
2. Windows, Microsoft Office

11.2 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»;
2. Информационно-правовая система «Гарант»;

11.3 Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации

Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации не предусмотрены

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

- аудитории для проведения лекционных и семинарских занятий, оборудованные видеопроекционным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, экраном, доской меловой/интерактивной;
- библиотеку, имеющую рабочие места для студентов, оснащенные компьютерами с доступом к базам данных и сети Интернет
- компьютерные классы с набором лицензионного базового программного обеспечения для проведения практических занятий и выходом в глобальную сеть Internet;

Образовательные технологии

В процессе изучения дисциплины «Ценообразование в маркетинге» предполагается:

- сопровождение курса лекций наглядной презентацией, включающей практические примеры, схемы, графики, табличный материал;
- рассмотрение на семинарских занятиях интерактивных ситуационных задач по проблематике дисциплины;
- деловые игры;
- разбор конкретных ситуаций, коллективное обсуждение проблем российской и зарубежной практики по изучаемым темам;
- виртуальное общение в течение срока изучения курса в целях обеспечения лекций и практических занятий необходимым материалом и также контроля самостоятельной работы студентов.